Word to PDF v5.0 - UnRegistered Http://word-to-pdf.abdio.com
Quickly Convert Word(.doc) RTF HTM CSS TXT to PDF. Buy Now

Bab 4

Pengumpulan dan Pengolahan Data

4.1. Pengumpulan Data

4.1.1. Data Umum Perusahaan

Data yang dikumpulkan meliputi sejarah perusahaan, yang diperoleh melalui wawancara dan pemberian informasi mengenai YOGYA TOSERBA. Data-data ini sangat berguna sebagai dasar pertimbangan penyusunan kuesioner, pengolahan data, dan analisis penelitian. Sedangkan data mengenai sejarah & profil perusahaan serta stuktur organisasi YOGYA TOSERBA secara lengkap dapat dilihat pada Lampiran A

4.1.2. Ukuran Sampel

Penentuan jumlah atau ukuran sampel merupakan tahap yang paling penting dalam penelitian. Sampel yang digunakan harus dapat mencerminkan populasi secara umum. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah berbelanja di YOGYA TOSERBA. Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen YOGYA TOSERBA. Menurut data dari wawancara pihak YOGYA TOSERBA kira-kira 2500 orang konsumen perbulan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus perhitungan jumlah sampel berdasarkan Slovin dengan toleransi tingkat kesalahan sebesar 10% (1960) sebagaimana dikutip oleh Husein Umar (1997:49-50) sebagai berikut:

n= = ……

dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Toleransi tingkat kesalahan, misalnya 10%, 5% dan 1%.

, maka:

n =

= 99,9600 100

Jadi, jumlah sampel yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian ini adalah sebanyak 100 orang.

4.1.3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian adalah *Non Probability sampling* yaitu *Purposive sampling*. Metode *Purposive sampling* memberikan informasi dari target yang spesifik, yaitu orang-orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan atau orang-orang yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Dengan adanya kriteria tersebut, konsumen yang menjadi responden minimal mengetahui karakteristik jasa pelayanan dari YOGYA TOSERBA dan diharapkan dapat memberikan informasi sesuai dengan yang diinginkan.

4.1.4. Penggunaan Kuesioner

Kuesioner dari Tugas Akhir (Dian Amelia, ITENAS) berisi pertanyaan mengenai faktor-faktor yang berpengaruh dalam layanan jasa YOGYA TOSERBA. Apabila terdapat faktor pelayanan tambahan yang diberikan dari 50% responden, maka faktor pelayanan tersebut akan dimasukkan ke dalam item pertanyaan pada kuesioner penelitian. Item-item pertanyaan pada kuesioner pendahuluan adalah :

Elemen dan subelemen pada penelitian ini diturunkan dari *Marketing Mix* Elemen dan sub elemen *Marketing Mix* dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Spesifikasi Bauran Pemasaran Jasa Supermarket YOGYA TOSERBA

Dimensi	Elemen	Sub elemen	Item	No Item

Bauran Pemasaran/ *Marketing Mix* Elemen-elemen organisasi (perusahaan) yang dapat dikontrol perusahaan dan komunikasinya dengan konsuman, akan dipakai untuk memuaskan konsumen (Zeithaml dan Bitner, 2000)	***Product*** Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan/ kebutuhan.	Kualitas	Barang yang diperjualbelikan terjamin	1
			Buah, sayur, daging, ikan layak makan	2
			Barang-barang yang diperjualbelikan legal	3
		Kemasan	Kemasan tidak rusak/cacat	4
		Nama/Merk	Merk yang dijual ternama	5
		Keanekaragaman Produk (P*roduct Variety)*	Keragaman jenis produk yang ditawarkan	6
			Keragaman ukuran produk yang ditawarkan	7
	Price Jumlah uang yang dibayarkan oleh pelanggan/ konsumen untuk produk tertentu.	Daftar Harga	Daftar harga tertera.	8
			Harga barang sesuai dengan di display	9
		Potongan	Diskon belanja	10
		Fleksibilitas	Transaksi pembayaran	11
		Kelonggaran	Harga Bersaing dengan supermarket lain yang sejenis.	12

Tabel 4.1 Spesifikasi Bauran Pemasaran Jasa Supermarket YOGYA TOSERBA (Lanjutan)

Dimensi	Elemen	Subelemen	Item	No Item
Bauran Pemasaran/ *Marketing Mix* Elemen-elemen organisasi (perusahaan) yang dapat dikontrol perusahaan dan komunikasinya dengan konsuman, akan dipakai untuk memuaskan konsumen (Zeithaml dan Bitner, 2000)	***Place*** Lokasi pelayanan yang digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju.	Aksesibilitas (kemudahan jangkauan)	Mudah dijangkau sarana transportasi umum	13
		Lingkungan (kondisi kondisi lingkungan yang mendukung tempat belanja)	Keamanan dan kenyamanan	14
		Visibilitas (mudah terlihat)	Lokasi yang strategis	15
	Promotion Upaya perusahaan menginformasikan produknya kepada pelanggan dan calon pelanggan.	Media komunikasi (*Mass Selling*)	Publikasi Supermarket	16
		Promosi penjualan (*Sales Promotion*)	Brosur Lengkap & Menarik	17
			Sistem Hadiah Langsung atau tidak langsung	18
		Pemasaran langsung (*Direct Marketing*) Komunikasi pemasaran ditujukan langsung kepada konsumen yang bersangkutan.	Daya Tarik Pemasaran Langsung (Bazaar)	19
			Produk tertentu dijaga oleh *salesgirl*/*man*	20
			Adanya Sampel untuk produk tertentu	21

	***People*/SDM** Orang-orang yang terlibat langsung dalam menjalankan segala aktivitas perusahaan.	*Service People* Pelayanan baik, cepat, ramah, teliti, dan akurat sehingga tercipta kepuasan dan kesetiaan pelanggan	Kasir	22
			Pramuniaga	23
			Manajer / CS (Customer Service)	24
	Physical Evidence Suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan	*Essential Evidence* Keputusan yang dibuat penyedia jasa tentang desain & layout suatu bangunan.	Interior Ruangan menarik	25
			Pengelompokkan barang yang baik	26
			Tata letak barang yang baik & mudah dijangkau	27
			Petunjuk Lokasi Barang Jelas	28
			Jarak rak *display* (Keleluasan Bergerak	29
			Kebersihan Toko	30
			Sarana Parkir aman, nyaman & memadai	31
			Bangunan Menarik	32
		Perlengkapan	Kelengkapan sarana belanja	33
			Jumlah kasir mencukupi	34
			Kelengkapan fasilitas penunjang	35
			Penerangan (lampu)	36
			AC	37
			Toilet	38
			Penitipan Barang	39

Tabel 4.1 Spesifikasi Bauran Pemasaran Jasa Supermarket YOGYA TOSERBA (Lanjutan)

Dimensi	Elemen	Subelemen	Item	No Item

Bauran Pemasaran/ *Marketing Mix* Elemen-elemen organisasi (perusahaan) yang dapat dikontrol perusahaan dan komunikasinya dengan konsuman, akan dipakai untuk memuaskan konsumen (Zeithaml dan Bitner, 2000)	***Process*** Upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktifitasnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya	Perawatan	Perawatan fasilitas belanja & penunjang	40
		Mekanisme	Pembagian kassa u/kemudahan transaksi belanja	41
			Jaminan keamanan dari resiko api/kebakaran, kecelakaan/luka dari kejatuhan barang dan penipuan saat berbelanja.	42

4.1.5. Penyebaran Kuesioner Penelitian

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner penelitian kepada para konsumen YOGYA TOSERBA.. Kuesioner penelitian diperoleh dari item pernyataan pada kuesioner item-item kuesioner penelitian dapat dilihat diatas. Penyebaran kuesioner penelitian 30 data pertama dilakukan selama 1 hari. Dan selanjutnya 4 hari Kuesioner ini dianggap sah apabila semua pertanyaan telah dijawab dengan salah satu pilihan jawaban dan tidak ada pertanyaan yang tidak terjawab serta kuesioner kembali tepat pada waktu pengembalian data atau kuesioner harus kembali yaitu sebelum pemasukan data dan akan di olah.

Perincian kuesioner penelitian yang disebarkan adalah sebagai berikut:

- Jumlah kuesioner yang disebarkan = 120 buah.
- Jumlah kuesioner yang kembali = 116 buah
- Jumlah kuesioner yang sah = 107 buah

Contoh kuesioner yang dibuat dilampirkan dilampiran B

4.1.6. Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian

Pengumpulan data yang telah disebar dari kuesioner yang dibuat adalah sebagai berikut.

4.1.6.1. Penyusunan Matrix Data Mentah

Setelah keseluruhan kuesioner disebarkan dan dikumpulkan kembali, maka langkah selanjutnya dilakukan penyusunan matriks data mentah. Hal ini dilakukan agar mempermudah dalam melakukan proses pengolahan data. Data-data yang disusun ke dalam matriks data mentah adalah hasil dari kuesioner tingkat kepentingan konsumen dan

tingkat kinerja konsumen terhadap layanan jasa YOGYA TOSERBA Tasikmalaya. Matriks data mentah kuesioner penelitian untuk kuesioner kepentingan dapat dilihat pada Tabel 4.2. Secara lengkap, matriks data mentah tingkat kepentingan konsumen dapat dilihat pada lampiran B.

Tabel 4.2 Matriks Data Mentah Nilai Kepentingan Konsumen

Responden	Item Pertanyaan											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	…	42
1	4	5	5	4	3	5	3	4	5	3	…	5
2	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	…	5
3	3	5	5	4	2	3	4	3	3	5	…	5
4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	5	…	3
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	…	5
6	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	…	5
7	3	3	4	3	2	4	4	5	5	5	…	4
8	3	3	4	5	4	3	4	4	3	4	…	4
9	2	3	3	3	4	5	5	5	4	3	…	4
10	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	…	3
….	…	…	…	…	…	…	…	…	…	…	…	…
107	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	…	4

Matriks data mentah kuesioner kinerja dan dapat dilihat pada Tabel 4.5. Secara lengkapnya, matriks data mentah tingkat kepuasan konsumen dapat dilihat pada lampiran B.

Tabel 4.3 Matriks Data Mentah Nilai Kinerja Konsumen

Responden	Item Pertanyaan											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	…	42
1	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	…	4
2	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	…	5
3	4	4	5	5	2	5	5	2	3	5	…	4
4	5	5	4	3	3	4	5	4	4	5	…	5
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	…	4
6	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	…	4
7	3	2	3	3	4	5	5	5	4	5	…	2
8	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	…	5
9	2	3	4	4	4	5	4	3	3	4	…	1
10	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	…	5
….	…	…	…	…	…	…	…	…	…	…	…	…
107	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4		4

4.2. Pengolahan Data

4.2.1. *Important Performance Analysis* (IPA)

Data yang dianalisis dalam penelitian ini berasal dari data quesioner berjumlah 107 responden. Hasil jawaban responden tentang "kinerja" dijumlah secara keseluruhan sehingga menghasilkan skor tingkat kinerja dan hasil jawaban responden tentang "kepentingan" dijumlah secara keseluruhan sehingga menghasilkan skor tingkat kepentingan. Untuk skor tingkat kinerja = 4 + 5 + 4 + 5 + 5 + ... + 5 = 462 (resp 1 – resp 107 pada item 1) (lebih lengkapnya lihat lampiran), begitupun dengan skor tingkat kepentingan = 4 + 5 + 3 + 4 + ... + 5 = 419 (resp 1 – resp 107 pada item 1) (lebih lengkapnya lihat lampiran). Selanjutnya skor tingkat kinerja dibagi skor tingkat kepentingan dan di kali 100% (Tingkat kesesuaian pernyataan 1 = (462/419) x 100% = 110,26%). Berikut ini hasil perhitungan tingkat kesesuaian secara keseluruhan.

Tabel 4.4
Tingkat Kesesuain antara Kepentingan dan Kinerja

No.	Pernyataan	Skor Tingkat Kinerja	Skor Tingkat Kepentingan	Tingkat Kesesuaian
1	Barang yang diperjualbelikan terjamin (tidak kadaluarsa)	462	419	110.26%
2	Buah, sayur, daging, ikan (segar, baru, layak makan)	469	448	104.69%
3	Barang yang diperjualbelikan legal	466	458	101.75%
4	Kemasan tidak rusak/cacat	464	468	99.15%
5	Merk yang dijual ternama	445	457	97.37%
6	Jenis produk yang ditawarkan beragam & lengkap	454	461	98.48%
7	Keragaman ukuran produk yang ditawarkan	449	445	100.90%
8	Daftar harga semua produk tertera	454	445	102.02%
9	Harga barang sesuai dengan harga di display	452	447	101.12%
10	Adanya diskon belanja	450	462	97.40%
11	Kemudahan transaksi pembayaran	455	457	99.56%
12	Harga bersaing dengan toserba/supermarket lain yang sejenis	449	471	95.33%
13	Lokasi mudah dijangkau dengan sarana transportasi umum	456	462	98.70%
14	Kondisi lingkungan sekitar aman & nyaman	458	467	98.07%

15	Lokasi yang strategis	457	477	95.81%
16	Adanya publikasi supermarket	458	408	112.25%
17	Brosur promosi yang lengkap & menarik	462	435	106.21%
18	Adanya sistem hadiah langsung (poin/voucher) atau hadiah tidak langsung (undian)	469	459	102.18%
19	Adanya Bazaar	452	442	102.26%
20	Produk tertentu dijaga oleh salesgirl/man	453	443	102.26%
21	Adanya sampel untuk produk tertentu	454	445	102.02%
22	Pelayanan kasir terhadap konsumen baik, cepat, ramah, teliti dan akurat	454	448	101.34%
23	Pelayanan pramuniaga terhadap konsumen baik, ramah, cepat tanggap, teliti, akurat dan menguasai segala hal tentang produk	452	451	100.22%
24	Pelayanan manajer/supervisor/customer service (karyawan) terhadap konsumen baik, cepat tanggap, ramah	443	453	97.79%
25	Interior ruangan menarik	452	443	102.03%
26	Pengelompokkan barang yang baik	466	452	103.10%
27	Tata letak barang yang baik & mudah dijangkau	453	460	98.48%
28	Petunjuk lokasi barang jelas	446	444	100.45%
29	Jarak rak display (keleluasaan bergerak)	450	439	102.51%
30	Kebersihan toko	452	462	97.84%
31	Sarana parkir aman, nyaman & memadai	453	452	100.22%
32	Bangunan yang menarik	454	439	103.42%
33	Kelengkapan sarana belanja (keranjang, trolley kecil & besar, checker harga, plastik buah, dll)	457	438	104.34%
34	Jumlah kasir mencukupi	454	455	99.78%
35	Kelengkapan fasilitas penunjang	439	447	98.21%
36	Penerangan/pencahayaan (lampu) yang baik	452	445	101.57%
37	Adanya pendingin ruangan AC	458	438	104.57%
38	Tersedianya toilet	447	444	100.68%

39	Adanya penitipan barang yang aman & memadai	455	437	104.12%
40	Fasilitas belanja & penunjang terawat	451	445	101.35%
41	Adanya pembagian kassa untuk kemudahan transaksi belanja	451	446	101.12%
42	Jaminan keamanan dari resiko kebakaran, kecelakaan/luka dari kejatuhan barang dan penipuan saat berbelanja	452	459	98.47%
Rata-rata				**101.18%**

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui antara kepentingan dan kinerja menghasilkan rata-rata tingkat kesesuaian 101,18%. Artinya bahwa tingkat kinerja yang berada dibawah rata-rata adalah item pernyataan 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 23, 24, 27, 28, 30, 31, 34, 35, 38, 41 dan 42.

Untuk menghitung rata-rata kinerja yaitu = (4 + 5 + 4 + 5 + 5 + ... + 5) / 107 = 4,32 (resp 1 – resp 107 pada item 1) (lebih lengkapnya lihat lampiran), demikian pula dengan rata-rata kepetingan = (4 + 5 + 3 + 4 + ... + 5) / 107 = 3,92 (resp 1 – resp 107 pada item 1) (lebih lengkapnya lihat lampiran).

Tabel 4.5
Distibusi Frekuensi Tingkat Kinerja Tingkat Kepentingan

Pernyataan	Skor Kinerja	Rata-rata Kinerja	Skor Kepentingan	Rata-rata Kepentingan	Tingkat Kesesuaian
1	462	4.32	419	3.92	110.26%
2	469	4.38	448	4.19	104.69%
3	466	4.36	458	4.28	101.75%
4	464	4.34	468	4.37	99.15%
5	445	4.16	457	4.27	97.37%
6	454	4.24	461	4.31	98.48%
7	449	4.20	445	4.16	100.90%
8	454	4.24	445	4.16	102.02%
9	452	4.22	447	4.18	101.12%
10	450	4.21	462	4.32	97.40%
11	455	4.25	457	4.27	99.56%
12	449	4.20	471	4.40	**95.33%**
13	456	4.26	462	4.32	98.70%
14	458	4.28	467	4.36	98.07%
15	457	4.27	477	4.46	95.81%

16	458	4.28	408	3.81	**112.25%**
17	462	4.32	435	4.07	106.21%
18	469	4.38	459	4.29	102.18%
19	452	4.22	442	4.13	102.26%
20	453	4.23	443	4.14	102.26%
21	454	4.24	445	4.16	102.02%
22	454	4.24	448	4.19	101.34%
23	452	4.22	451	4.21	100.22%
24	443	4.14	453	4.23	97.79%
25	452	4.22	443	4.14	102.03%
26	466	4.36	452	4.22	103.10%
27	453	4.23	460	4.30	98.48%
28	446	4.17	444	4.15	100.45%
29	450	4.21	439	4.10	102.51%
30	452	4.22	462	4.32	97.84%
31	453	4.23	452	4.22	100.22%
32	454	4.24	439	4.10	103.42%
33	457	4.27	438	4.09	104.34%
34	454	4.24	455	4.25	99.78%
35	439	4.10	447	4.18	98.21%
36	452	4.22	445	4.16	101.57%
37	458	4.28	438	4.09	104.57%
38	447	4.18	444	4.15	100.68%
39	455	4.25	437	4.08	104.12%
40	451	4.21	445	4.16	101.35%
41	451	4.21	446	4.17	101.12%
42	452	4.22	459	4.29	98.47%
		Rata-rata = 4.25		**Rata -rata = 4.20**	

Hasil dari distribusi frekuensi tingkat kinerja terhadap tingkat kepentingan diatas dapat dilihat dari 42 item pernyataan, bahwa item pernyataan nomor 12 merupakan item pernyataan dengan tingkat kesesuaian terendah, sedangkan untuk tingkat kesesuaian tertinggi terdapat pada item nomor 16.

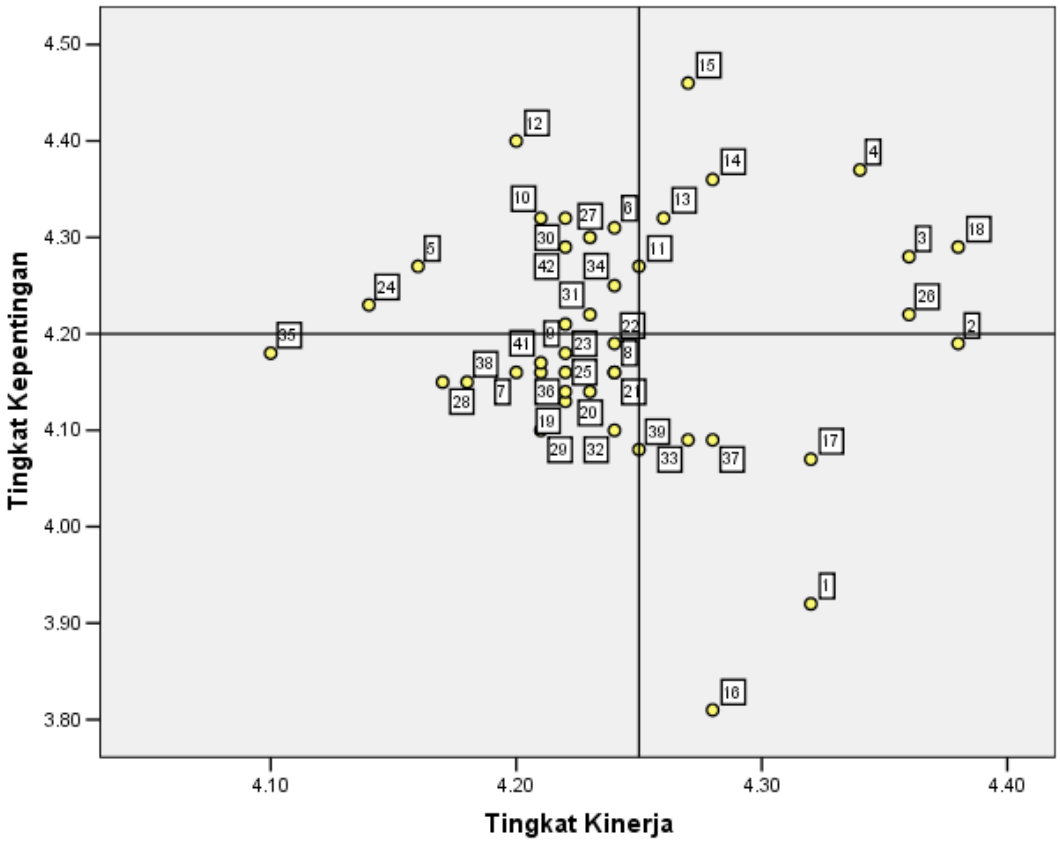
Dengan menggunakan bantuan software SPSS 13.00, diperoleh diagram kartesius yang menunjukkan tingkat kinerja terhadap tingkat kepentingan, yaitu sebagai berikut (dengan total rata-rata tingkat kinerja secara keseluruhan sebesar 4.25dan total rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4.20):

A

B

C

D



Gambar 4.1

Diagram Kartesius Distibusi Frekuensi
Tingkat Kinerja Terhadap Tingkat Kepentingan

Dari hasil pemetaan antara kinerja dengan kepentingan konsumen menunjukkan ada item item Pernyataan dengan tingkat kesesuaiannya yang terletak di kuadran A sebagai berikut:

1. Item 12 (Harga bersaing dengan toserba/supermarket lain yang sejenis) (95,33%)
2. Item 5 (Merk yang dijual ternama) (97,37%)
3. Item 10 (Adanya diskon belanja) (97,40%)
4. Item 24 (Pelayanan manajer/supervisor/customer service (karyawan) terhadap konsumen baik, cepat tanggap, ramah) (97,79%)
5. Item 30 (Kebersihan toko)) (97,84%)
6. Item 42 (Jaminan keamanan dari resiko kebakaran, kecelakaan/luka dari kejatuhan barang dan penipuan saat berbelanja) (98,47%).
7. Item 6 (Jenis produk yang ditawarkan beragam & lengkap) (98,48%)
8. Item 27 (Tata letak barang yang baik & mudah dijangkau) (98,48%)

9. Item 34 (Jumlah kasir mencukupi) (99,78%)
10. Item 23 (Pelayanan pramuniaga terhadap konsumen baik, ramah, cepat tanggap, teliti, akurat dan menguasai segala hal tentang produk.) (100.22%)
11. Item 31 (Sarana parkir aman, nyaman & memadai) (100.22%)

Untuk kuadran II/ Area B terdapat item- item pernyataan dengan tingkat kesesuaian sebagai berikut:

1. Item 15 (Lokasi yang strategis)(95.81%)
2. Item 14 (Kondisi lingkungan sekitar aman & nyaman))(98.07%)
3. Item 13 (Lokasi mudah dijangkau dengan sarana transportasi umum) (98.70%)
4. Item 4 (Kemasan tidak rusak/cacat) (99.15%)
5. Item 11 (Kemudahan transaksi pembayaran) (99.56%)
6. Item 3 (Barang yang diperjualbelikan legal) (101.75%)
7. Item 18 (Adanya sistem hadiah langsung (poin/voucher) atau hadiah tidak langsung (undian)) (102.18%)
8. Item 26 (Pengelompokkan barang yang baik) (103.10%)

Untuk kuadran III/ area C terdapat item- item pernyataan dengan tingkat kesesuaian sebagai berikut:

1. .Item 35 (Kelengkapan fasilitas penunjang)(98.21%)
2. Item 28 (Petunjuk lokasi barang jelas) (100.45%)
3. Item 38 (Tersedianya toilet) (100.68%)
4. Item 7 (Keragaman ukuran produk yang ditawarkan) (100.90%)
5. Item 9 (Harga barang sesuai dengan harga di display) (101.12%)
6. Item 41 (Adanya pembagian kassa untuk kemudahan transaksi belanja). (101.12%)
7. Item 22 (Pelayanan kasir terhadap konsumen baik, cepat, ramah, teliti dan akurat) (101.34%)
8. Item 40 (Fasilitas belanja & penunjang terawat) (101.35%)
9. Item 36 (Penerangan/pencahayaan (lampu) yang baik) (101.57%)
10. Item 8 (Daftar harga semua produk tertera) (102.02%)
11. Item 21 (Adanya sampel untuk produk tertentu) (102.02%)
12. Item 25 (Interior ruangan menarik) (102.03%)
13. Item 19 (Adanya *Bazaar*) (102.26%)
14. Item 20 (Produk tertentu dijaga oleh *salesgirl/man*) (102.26%)
15. Item 29 (Jarak rak display (keleluasaan bergerak) (102.51%)

Item 32 (Bangunan yang menarik) (103.42%)

Untuk kuadran IV/ area D terdapat item- item pernyataan dan tingkat kesesuaian sebagai berikut:

1. Item 39 (Adanya penitipan barang yang aman & memadai) (103.12%)
2. Item 33 (Kelengkapan sarana belanja (keranjang, trolley kecil & besar, checker harga, plastik buah, dll)(104.34%)
3. Item 37 (Adanya pendingin ruangan AC) (104.57%)
4. Item 2 (Buah, sayur, daging, ikan (segar, baru, layak makan)) (104.69%)
5. Item 17 (Brosur promosi yang lengkap & menarik) (106.21%)
6. Item 1 (Barang yang diperjualbelikan terjamin (tidak kadaluarsa)) (110.26%)
7. Item 16 (Adanya publikasi supermarket) (112.25%)