

# ANALISIS SISTEM PENYAMPAIAN JASA PADA TOKO BUKU GRAMEDIA PALEMBANG DAN TOKO BUKU KHARISMA PALEMBANG

Ninin Non Ayu Salmah \*)

## ABSTRACT

This research aims to know the respond of customers about delivery service system in Gramedia Book Store and Kharisma Book Store Palembang and whether the differences of system system from those book stores exist. This research is analytical descriptive survey which means the data were gathered upon an object in the field by taking samples from particular population and using questionnaire as the media to gather the information. The type of research is causally comparative in which to compare the variables of each object. The data used was a cross-sectional data which illustrated the condition of certain time. The populationThe population used was the customers of both book stores which had ever gotten the services from them more than twice.The research resulted that there were no significant differences of system from both book stores.

Keywords : *service delivery system, physical support, contact personnel*

## PENDAHULUAN

Orang bijak mengatakan bahwa buku adalah gudang ilmu. Kalimat ini bermakna bahwa kebutuhan manusia akan pengetahuan dan informasi dapat dipenuhi melalui buku. Industri penerbitan buku sudah memasuki tahap *maturity* atau kedewasaan. Buku merupakan produk yang dimanfaatkan konsumen berdasarkan kualitasnya. Kebutuhan konsumen terhadap buku diiringi dengan kebutuhan kualitas pengarang serta kesediaan pengusaha untuk menerbitkan buku-buku bermutu.

Globalisasi telah menyebabkan arus informasi cepat diakses. Kecepatan arus informasi didorong oleh kemajuan teknologi. Penyampaian produk oleh penerbit terhadap konsumen dapat dilakukan melalui toko buku atau internet dengan situs-situs penyedia pengetahuan dan informasi. Persaingan dalam meraih pangsa pasar makin ketat karena persaingan memperebutkan pelanggan bukan hanya antara toko buku tetapi juga antara toko buku dengan situs di internet.

Toko buku merupakan penyedia jasa. toko buku merupakan usaha jasa

yang langsung berhubungan dengan pelanggannya sehingga selain sistem operasi jasa, sistem penyampaian jasa juga merupakan faktor penting bagi toko buku untuk meraih pangsa pasar yang luas. Sistem penyampaian jasa yang unik merupakan keunggulan bagi toko buku yang berbeda dari toko buku lainnya, dengan demikian perusahaan yang mengoperasikan toko buku akan memperoleh keunggulan kompetitif.

Sistem pelayanan jasa memberikan suatu rangsangan kepada para nasabah melalui tingkat rentannya suatu produk atau jasa yang ditawarkan pada kemampuan penyampaiannya (*delivery system*) yang secara langsung mengadakan kontak dengan konsumen. Perusahaan dituntut mampu mendesain suatu sistem penyampaian jasa yang spesifik dan berbeda dengan pesaingnya sehingga spesifikasi tersebut dapat memberikan suatu makna kesan berbeda dari pesaingnya.

Palembang sebagai kota yang sedang berkembang pesat memiliki beberapa toko buku, diantaranya Toko Buku Gramedia dan Toko Buku Kharisma. Toko Buku Gramedia memiliki cabang di Kota Palembang

---

\*) Dosen Tetap FE Univ-PGRI Plg

yaitu Toko Buku Gramedia Jl. Kol. Atmo dan Toko Buku Gramedia Palembang *Square* (PS) sedangkan Toko Buku Kharisma berlokasi di Palembang *Trade Center* (PTC) dan Toko Buku Kharisma Jl. Jendral Sudirman. Toko buku tersebut diminati masyarakat Kota Palembang yang disebabkan faktor kelengkapan produk dan lokasi yang strategis karena berada di pusat perbelanjaan. Pada tahun 2011, pengunjung Toko Buku Gramedia PS berjumlah rata-rata 400 orang per hari pada hari biasa dan mencapai rata-rata 700 orang per hari pada hari libur, sedangkan pengunjung Toko Buku Kharisma PTC berjumlah 250 orang per hari pada hari biasa dan mencapai 400 orang per hari pada hari libur.

Toko Buku Gramedia dan Toko Buku Kharisma sebagai penyedia buku dari berbagai penerbit berkomitmen memberikan produk yang bermutu disertai layanan terbaik kepada pelanggannya. Layanan terbaik ditujukan untuk menjaga loyalitas pelanggan. Efektifitas saluran distribusi jasa tergantung pada yang diberikan oleh masing-masing toko buku antara lain tergantung pada penilaian pelanggan terhadap sistem pelayanan itu sendiri, termasuk sistem penyampaian jasa.

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut : 1)bagaimana tanggapan pelanggan terhadap sistem penyampaian jasa pada Toko Buku Gramedia dan Toko Buku Kharisma di Palembang? 2)apakah terdapat perbedaan sistem penyampaian jasa antara Toko Buku Gramedia dan Toko Buku Kharisma di Palembang?

## **KAJIAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Pengertian Jasa**

Jasa mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan sampai jasa sebagai suatu produk. Kotler (2000:476) memberikan pengertian jasa sebagai setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Jasa dapat terikat dengan fisik produk yang dihasilkan, dapat pula tidak. Lovelock (2002:14) menyatakan bahwa jasa adalah proses dari suatu sistem yang inputnya terdiri dari people, material, informasi dan bekerja sebagai suatu system bisnis jasa yang merupakan kombinasi antara *service delivery system* dan *service operating system*.

### **Pemasaran Jasa sebagai Suatu Sistem**

Lovelock (2002 : 60), menyatakan bahwa sebagai suatu sistem, bisnis jasa terdiri atas sistem operasi jasa dan sistem penyampaian jasa. Sistem operasi jasa (*service operation system*) adalah bagian dari sistem jasa total dimana masukan diproses dan elemen-elemen produk jasa dibuat. Bagian ini terdiri dari 2 bagian yaitu bagian yang langsung berhubungan dengan pelanggan sehingga tidak terlihat oleh pelanggan dan sering disebut *back office*. Bagian ini lebih banyak berfungsi sebagai pendukung bidang teknik.

Sistem penyampaian jasa (*service delivery system*) adalah bagian dari sistem jasa total dimana pengolahan dari elemen-elemen jasa berpindah tempat dan hasil produknya diberikan kepada pelanggan. Sistem ini tidak hanya mencakup bagian yang tampak dari sistem operasi jasa tetapi juga meliputi hubungan dengan pelanggan.

Selanjutnya Lovelock (2002 : 60) juga menyatakan bisnis jasa juga dapat dilihat sebagai suatu sistem yang meliputi bagian yang bisa dilihat oleh konsumen (*front office*) dan tidak bisa dilihat oleh konsumen (*back office*). Pada bagian *front office* terdapat dua subsistem yaitu *physical support* dan *contact personnel*. *Physical Support* berupa dukungan dan bukti fisik sedangkan *contact personnel* berupa hubungan dengan pelanggan melalui petugas pelayanan. Kedua subsistem dalam *front office* terkait satu sama lainnya.

### **Sistem Penyampaian Jasa**

Efektivitas saluran distribusi jasa tidak terlepas dari sistem penyampaian jasa yang diterapkan perusahaan. Sistem penyampaian jasa berhubungan dengan bilamana, dimana dan bagaimana jasa diserahkan kepada pelanggan (Hurriyati, 2008 : 38). Lovelock (2002 : 60) juga mengemukakan saluran distribusi jasa ditentukan oleh faktor *availability*, *convenience* dan *attractiveness*.

1. *Avalability*, merupakan suatu faktor yang berkaitan dengan ketersediaan ataupun kemudahan untuk memperoleh jasa, memperoleh sarana pendukung, menghubungi petugas serta segala sesuatu yang dibutuhkan konsumen dalam rangka mengkonsumsi jasa tersebut.
2. *Convenience*, merupakan kenyamanan yang diperoleh pelanggan pada saat mengkonsumsi jasa beserta pendukung lainnya.
3. *Attractiveness*, merupakan faktor seberapa menariknya sistem penyampaian jasa yang disiapkan oleh pemasar, baik dukungan fisik yang ada maupun penampilan petugas pelayanan.

### **Pengembangan Hipotesis**

Sistem penyampaian jasa sebagai salah satu bentuk bauran pemasaran jasa memiliki peran yang menentukan dalam keberhasilan toko buku dalam meraih pangsa pasar. Berdasarkan klasifikasi jasa, Toko Buku Gramedia dan Toko Buku Kharisma memasarkan buku untuk dijual kepada pelanggan disertai jasa berupa pelayanan. Walaupun demikian, kedua toko buku tersebut berupaya memiliki keunikan dalam penyampaian jasanya sehingga akan terdapat perbedaan dalam sistem penyampaian jasa masing-masing. Hipotesis dalam penelitian ini dijawab dengan menggunakan pengujian hipotesis perbedaan dua rata-rata yaitu *independent sample t-test* pada *level of significant* 5%. Hipotesis yang diajukan adalah terdapat perbedaan antara rata-rata sistem penyampaian jasa pada Toko Buku Gramedia dan rata-rata sistem penyampaian jasa pada Toko Buku Kharisma di Palembang.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan pada Toko Buku Gramedia di Palembang *Square* (Gramedia PS) dan Toko Buku Kharisma di Palembang *Trade Centre* (Gramedia PTC). Metode penelitian ini adalah metode *deskriptif* analitis *survey* yaitu pengumpulan data dilakukan terhadap suatu objek di lapangan dengan mengambil sampel dari populasi yang ada dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data. Tipe penelitian ini adalah penelitian *kausal* komparatif yang bertujuan membandingkan variabel pada masing-masing obyek penelitian, sedangkan datanya adalah *cross-sectional* data yang mencerminkan gambaran dari suatu keadaan pada suatu saat tertentu.

Populasi penelitian adalah pelanggan pada Toko Buku Gramedia Palembang *Square* sebanyak 443 orang per hari dan Toko Buku Kharisma Palembang *Trade Centre* sebanyak 275 per hari pada tahun 2011. Teknik penarikan sampel adalah *purposive sampling* yang digunakan jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu. Kriteria anggota sampel adalah responden yang pernah menerima pelayanan dan berbelanja di toko buku yang menjadi objek penelitian lebih dari 2 kali.

Jumlah anggota sampel dari masing-masing toko buku ditentukan dengan rumus :

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

(Yamane dalam Riduwan , 2010:44)

Sehingga jumlah sampel untuk responden Toko Buku Gramedia Palembang *Square* sebanyak 82 dan Toko Buku Kharisma Palembang *Trade Center* sebanyak 74 responden. Sumber data penelitian adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan 1) observasi 2) kuisioner 3) wawancara.

Variabel dalam penelitian ini adalah sistem penyampaian jasa pada obyek penelitian yang terdiri dari variabel *physical support* dan *contact personnel*. Sedangkan sub variabel masing-masing adalah *availability*, *convenience* dan *attractiveness*.

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah 1) *service delivery system* yaitu berhubungan dengan kapan, dimana, dan bagaimana jasa disampaikan oleh Toko Buku Gramedia dan Toko Buku Kharisma di Palembang kepada pelanggan serta meliputi unsur-unsur sistem dalam

operasi jasa yaitu komponen dukungan fisik (*physical support*) dan kontak dengan pelanggan (*contact personnel*) 2) *physical support* adalah bukti fisik dari manajemen Toko Buku Gramedia dan Toko Buku Kharisma di Palembang sebagai dukungan terhadap distribusi jasanya 3) *contact personnel* adalah hubungan dengan pelanggan melalui karyawan bagian pelayanan pada Toko Buku Gramedia dan Toko Buku Kharisma Palembang 4) *availability*, berkaitan dengan ketersediaan atau kemudahan untuk memperoleh jasa yang disediakan oleh Toko Buku Gramedia dan Toko Buku Kharisma di Palembang 5) *convenience*, merupakan kenyamanan yang diperoleh pelanggan pada saat mengkonsumsi jasa di Toko Buku Gramedia dan Toko Buku Kharisma di Palembang 6) *attractiveness*, merupakan faktor yang menunjukkan seberapa menarik *service delivery system* yang disiapkan Toko Buku Gramedia dan Toko Buku Kharisma di Palembang.

Pengukuran tanggapan pelanggan terhadap sistem penyampaian jasa menggunakan skala Likert dengan lima skala. Uji instrument penelitian melalui uji validitas menggunakan korelasi *Pearson's Product Moment*. Nilai yang telah diperoleh dengan korelasi *Pearson's Product Moment* kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel. Nilai r tabel diperoleh pada signifikansi 5% dengan uji 2 sisi dan jumlah data sebanyak 30 sebesar 0,361. Instrumen dinyatakan valid jika koefisien korelasi lebih besar dari nilai r tabel. . Uji reliabilitas juga dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Nilai yang diperoleh dengan metode *Cronbach's Alpha* kemudian dibandingkan dengan nilai 0,6. Instrumen penelitian dinyatakan

reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6.

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik kuantitatif, setelah peneliti mengolah data hasil tanggapan responden mengenai sistem penyampaian jasa pada objek yang diteliti melalui tabulasi dan menghitung persentase. Hipotesis dalam penelitian ini dijawab dengan menggunakan pengujian hipotesis perbedaan dua rata-rata melalui uji t.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Instrumen Penelitian

Sebelum kuisisioner digunakan sebagai instrumen penelitian, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pernyataan-pernyataan yang ada dalam kuisisioner mampu

mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Kuisisioner dikatakan reliabel jika tanggapan responden terhadap pernyataan dalam kuisisioner konsisten dari waktu ke waktu.

Variabel dalam penelitian ini adalah sistem penyampaian jasa yang meliputi 20 butir kuisisioner. Kuisisioner tersebut terdiri dari 11 butir kuisisioner sebagai indikator variabel *physical support* dan 9 butir kuisisioner sebagai indikator variabel *contact personnel*.

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap 30 responden yang terdiri dari 15 responden yang memberi tanggapan terhadap sistem penyampaian jasa pada Toko Buku Gramedia Palembang *Square* dan 15 responden pada Toko Buku Kharisma Palembang *Trade Center*.

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas Komponen *Physical Support***

Variabel	Sub Variabel	Koefisien Korelasi	Keterangan
<i>Physical Support</i>	<i>Available</i>	0,590	Valid
		0,816	Valid
		0,631	Valid
	<i>Convinience</i>	0,408	Valid
		0,802	Valid
		0,530	Valid
		0,752	Valid
		0,685	Valid
	<i>Attractiveness</i>	0,592	Valid
		0,545	Valid
		0,588	Valid

Sumber : Diolah dari data primer

Hasil uji validitas pada Tabel 1 menunjukkan 11 butir kuisisioner mengenai sistem penyampaian jasa dengan variabel *physical support* adalah valid karena koefisien korelasi

semua indikator lebih dari 0,361, sehingga kuisisioner tersebut dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas Komponen *Contact Personnel***

Variabel	Sub Variabel	Koefisien Korelasi	Keterangan
<i>Contact Personnel</i>	<i>Available</i>	0,713	Valid
		0,452	Valid
		0,762	Valid
	<i>Convinience</i>	0,433	Valid
		0,386	Valid
		0,522	Valid
	<i>Attractiveness</i>	0,559	Valid
		0,733	Valid
		0,733	Valid

Sumber : Data diolah dari data primer

Hasil uji validitas pada Tabel 2 menunjukkan 9 butir kusioner mengenai sistem penyampaian jasa dengan variabel *contact personnel* adalah valid karena koefisien korelasi

semua indikator lebih dari 0,361 sehingga kusioner tersebut dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Reliabilitas**  
**Variabel *Physical Support* dan *Contact Personnel***

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Physical Support</i>	0,843	Reliabel
<i>Contact Personnel</i>	0,761	Reliabel

Sumber : Diolah dari data primer

Hasil uji reliabilitas pada 3 menunjukkan butir-butir kusioner mengenai sistem penyampaian jasa dengan variabel *physical support* dan *contact personnel* adalah reliabel karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6, sehingga kusioner tersebut dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

### Karakteristik responden

Penelitian ini menghasilkan informasi berupa karakteristik pelanggan Toko Buku Gramedia dan Toko Buku Kharisma di Palembang. Informasi mengenai karakteristik pelanggan ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Toko Buku Gramedia dan Toko Buku Kharisma dalam merumuskan strategi dan program pemasarannya.

Karakteristik pelanggan berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa komposisi responden berjenis kelamin laki-laki dan perempuan hampir sama yaitu 45% responden berjenis kelamin perempuan dan 55% responden berjenis kelamin perempuan. Hal ini mencerminkan bahwa kedua toko buku yang menjadi objek penelitian diminati pelanggan baik pelanggan berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan.

Karakteristik pelanggan berdasarkan usia pelanggan menunjukkan bahwa Toko Buku Gramedia dan Toko Buku Kharisma didominasi pelanggan yang berusia 25-45 tahun yaitu sebanyak 47%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan kedua toko buku berusia produktif.

Karakteristik pelanggan berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan lebih banyak responden berpendidikan SMA (60%). Hal ini mencerminkan bahwa kesadaran masyarakat akan pentingnya ilmu pengetahuan sudah merata karena persentase pelanggan berdasarkan pendidikan hampir sama besarnya.

### **Tanggapan Responden terhadap Sistem Penyampaian Jasa pada Toko Buku Gramedia dan Toko Buku Kharisma Palembang**

Penilaian mengenai sistem penyampaian jasa yang telah dirancang oleh Toko Buku Gramedia PS dan Toko Buku Kharisma PTC dapat dilihat pada tanggapan responden berkenaan dengan variabel *physical support* dan *contact personnel* komponen sistem penyampaian jasa.

#### **Physical Support**

*Physical support* atau dukungan fasilitas fisik yang terdapat pada Toko Buku Gramedia Palembang Square dan Toko Buku Kharisma Palembang Trade Center Palembang. Variabel yang dipertimbangkan dalam analisis adalah *available*, *convenience* dan *attractiveness*.

*Available* adalah kemudahan memperoleh buku dan melakukan pembayaran serta ketersediaan fasilitas parkir. *Convenience* adalah kenyamanan saat berada di toko dan mencari buku serta kelengkapan sarana pendukung yang meliputi indeks melalui komputer, tempat pembayaran dan tempat penitipan barang. *Attractiveness* adalah seberapa menarik sistem penyampaian jasa yang disiapkan toko yang meliputi lokasi toko yang strategis dan keindahan tata ruang.

Responden memberikan tanggapan berupa persetujuan terhadap indikator-indikator variabel

*physical support* pada Toko Buku Gramedia Palembang Square. Sebagian besar responden menyatakan setuju dengan nilai rata-rata indikator sebesar 73,8%, kecuali indikator fasilitas parkir pada Palembang Square dimana sebagian besar responden menyatakan kurang setuju (50%). serta sebagian kecil responden menyatakan tidak setuju dengan nilai rata-rata indikator sebesar 0,7%.

Responden memberikan tanggapan berupa persetujuan terhadap indikator-indikator variabel *physical support* pada Toko Buku Kharisma Palembang Trade Centre. Sebagian besar responden dengan nilai menyatakan setuju dengan nilai rata-rata indikator sebesar 78,3%. Sebagian kecil responden menyatakan tidak setuju dengan nilai rata-rata indikator sebesar 0,8% .

#### **Contact Personnel**

*Contact Personnel* atau kemampuan karyawan dalam menciptakan hubungan dengan pelanggan pada Toko Buku Gramedia Palembang Square dan Toko Buku Kharisma Palembang Trade Centre meliputi *available*, *convenience* dan *attractiveness*.

*Available* adalah ketersediaan karyawan dan kecepatan pelayanan. *Convenience* adalah kompetensi karyawan dalam melayani yang berkaitan dengan frekuensi kesalahan karyawan dalam melayani, ketrampilan karyawan dan kesesuaian penyelesaian dengan waktu yang dijanjikan. *Attractiveness* adalah seberapa menarik penampilan dan keramahan karyawan.

Responden memberikan tanggapan berupa persetujuan terhadap indikator-indikator *contact personnel* pada Toko Buku Gramedia Palembang Square. Sebagian besar

responden menyatakan setuju dengan nilai rata-rata indikator sebesar 63,3%. Sebagian kecil responden menyatakan tidak setuju dengan nilai rata-rata indikator sebesar 0,5% .

Responden memberikan tanggapan berupa persetujuan terhadap indikator-indikator *contact personnel* pada pada Toko Buku Kharisma Palembang Trade Centre. Sebagian besar responden menyatakan setuju dengan nilai rata-rata indikator sebesar 67,7% . Sebagian kecil responden menyatakan tidak setuju dengan nilai rata-rata indikator sebesar 0,9%.

### Perbedaan Sistem Penyampaian Jasa pada Toko Buku Gramedia dan Toko Buku Kharisma

Setiap perusahaan mengembangkan sistem penyampaian jasa sebagai bentuk komitmen perusahaan terhadap kepuasan pelanggannya. Komitmen perusahaan tersebut dapat dilakukan dengan memupuk kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen terhadap kemampuan pemberi jasa dalam membangun sistem penyampaian jasanya dapat dicapai melalui beberapa cara. Peningkatan bukti fisik yang mendukung penyampaian jasa dan pemberian pelatihan dan ketrampilan terhadap karyawan agar karyawan kompeten dalam melayani

pelanggan merupakan cara-cara yang dapat ditempuh perusahaan agar kepercayaan konsumen dapat terbina.

Ada tidaknya perbedaan sistem penyampaian jasa antara Toko Buku Gramedia dan Toko Buku Kharisma dapat diuji dengan uji hipotesis perbedaan dua rata-rata melalui uji dua sampel tidak berhubungan (*independent sample test*). Pengujian hipotesis dimulai dengan melakukan uji kesamaan varian (homogenitas) dengan F test (*Levene's test*) untuk mengetahui apakah keragaman sistem penyampaian jasa kedua toko buku dapat diasumsikan sama (*equal variances assumed*) atau berbeda (*equal variances not assumed*). Kriteria penerimaan hipotesis nol pada uji homogenitas adalah nilai signifikansi F lebih besar dari taraf nyata 5%.

Hipotesis yang diajukan dalam uji homogenitas adalah :

$H_0$  : tidak terdapat perbedaan antara varian sistem penyampaian jasa antara Toko Buku Gramedia dengan varian sistem penyampaian jasa Toko Buku Kharisma di Palembang.

$H_1$  : terdapat perbedaan antara varian sistem penyampaian jasa antara Toko Buku Gramedia dengan varian sistem penyampaian jasa Toko Buku Kharisma di Palembang.

**Tabel 4**  
**Uji Homogenitas**

	<i>Levene's Test for Equality of Variances</i>	
	F	Sig.
<i>Equal variances assumed</i>	1,242	0,267
<i>Equal variances not assumed</i>		

Sumber : Data olahan

Hasil uji homogenitas yang disajikan pada Tabel 4 diketahui bahwa nilai signifikansi pada uji F pada *equal variances assumed* adalah

0,267 atau lebih besar dari taraf nyata 0,05. Dengan demikian uji t untuk uji perbedaan dua rata-rata (*independent sample t test*) menggunakan asumsi

kedua varian sama (*equal variances assumed*).

Pengujian hipotesis selanjutnya adalah dengan melakukan uji perbedaan dua rata-rata. Kriteria penerimaan hipotesis nol pada uji perbedaan dua rata-rata adalah nilai signifikansi  $t$  lebih besar dari taraf nyata 5%.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

$H_0$  : tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara rata-rata

sistem penyampaian jasa pada Toko Buku Gramedia dengan rata-rata sistem penyampaian jasa pada Toko Buku Kharisma di Palembang.

$H_1$  : terdapat perbedaan yang signifikan antara rata-rata sistem penyampaian jasa pada Toko Buku Gramedia dengan rata-rata sistem penyampaian jasa pada Toko Buku Kharisma di Palembang.

**Tabel 5**  
**Independent Samples Test**

	<i>t-test for Equality of Means</i>		
	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>Sig. (2 tailed)</i>
<i>Equal variances assumed</i>	0,655	154	0,514

Sumber : Data diolah

Hasil uji perbedaan dua rata-rata yang disajikan pada Tabel 5 diketahui bahwa nilai signifikansi pada uji  $t$  adalah 0,514 atau lebih besar dari taraf nyata 0,05. Dengan demikian hipotesis nol diterima yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara rata-rata sistem penyampaian jasa pada Toko Buku Gramedia dengan rata-rata sistem penyampaian jasa pada Toko Buku Kharisma di Palembang.

Hasil uji hipotesis *independent sample t test* yang menyatakan tidak terdapat perbedaan yang signifikan sistem penyampaian jasa antara Toko Buku Gramedia dan Toko Buku Kharisma di Palembang disebabkan oleh berbagai faktor. Faktor tersebut antara lain karena masing-masing toko buku merupakan toko buku yang berskala nasional dan memiliki standar operasi dan pelayanan yang membentuk sistem pelayanan jasa yang sudah terstandarisasi.

Sistem pelayanan jasa yang dikembangkan kedua toko buku adalah berusaha mendekatkan diri

kepada pelanggan melalui lokasi toko yang strategis. Toko Buku Gramedia Palembang *Square* dan Toko Buku Kharisma Palembang *Trade Center* terletak di pusat perbelanjaan (*mall*) yang ternama di Kota Palembang. Selain itu letak kedua toko tersebut pada masing-masing pusat perbelanjaan cukup strategis sehingga mudah dijangkau pelanggan.

Manajemen kedua toko buku juga menyediakan fasilitas pendukung antara lain ketersediaan tempat pembayaran (kasir) yang dalam jumlah yang cukup sehingga tidak menyebabkan antrian pelanggan pada saat pembayaran. Selain itu pelanggan mudah mencari dan memilih buku di toko karena adanya indeks pencarian buku lewat computer. Manajemen toko buku juga menyediakan tempat penitipan barang agar konsumen bebas mencari dan memilih buku serta tidak terbebani barang belanjaan lainnya.

Sistem pelayanan jasa kedua toko juga membagi lokasi buku di ruang toko berdasarkan kelompok

pengetahuan dan segmentasi pelanggan,. Hal ini menyebabkan pelanggan merasa nyaman saat memilih buku, pelanggan juga merasa mudah mencari buku yang dicari. Manajemen toko buku berusaha untuk selalu mengadakan persediaan buku di gudang sehingga tidak terjadi kekurangan persediaan. Hal ini bertujuan agar konsumen tidak kecewa ketika ingin membeli buku yang diminatinya. Ruang toko dirancang cukup luas dan rapi dengan harapan konsumen merasa betah di toko dan akan melakukan lebih banyak transaksi.

Sistem penyampaian jasa kedua toko buku berdasarkan pelayanan karyawan adalah karyawan mudah ditemui atau ditanya, karyawan memiliki pengetahuan mengenai buku serta karyawan bagian pelayanan memiliki penampilan yang menarik dan bersikap ramah.

## SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah 1) karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia pelanggan dan tingkat pendidikan mencerminkan toko buku yang menjadi obyek penelitian diminati pelanggan baik laki-laki maupun perempuan, didominasi pelanggan yang berusia produktif serta kesadaran masyarakat akan pentingnya ilmu pengetahuan sudah merata karena persentase pelanggan berdasarkan pendidikan hampir sama besarnya 2) sebagian besar tanggapan responden berupa persetujuan terhadap indikator-indikator variabel pembentuk sistem penyampaian jasa 3) uji perbedaan dua rata-rata menunjukkan penerimaan Hipotesis nol yang berarti tidak terdapat perbedaan antara rata-rata sistem penyampaian jasa pada Toko Buku Gramedia dengan rata-rata

sistem penyampaian jasa pada Toko Buku Kharisma di Palembang.

Penelitian menyarankan kepada 1) manajemen toko buku yang menjadi obyek penelitian agar selalu mengemas sistem penyampaian jasa yang terdiferensiasi sehingga dapat mempertahankan pangsa pasar yang telah diperoleh bahkan meningkatkan jumlah pelanggan lebih banyak lagi 2) peminat penelitian dengan alat analisis uji perbedaan rata-rata agar memperbanyak obyek penelitian dengan tujuan untuk memperoleh analisis yang lebih tajam dengan hasil penelitian yang lebih mendetail.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hurriyati, Ratih, 2008, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta, Bandung
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, BPFE, Yogyakarta
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Salemba Empat, Jakarta
- Lovelock, Christopher and Lauren Wright, 2002, *Principles of Service Marketing and Management*, Prentice Hall Inc, New Jersey
- Prayitno, Duwi, 2010, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Mediakom, Yogyakarta
- Riduwan dan Akdon, 2010, *Analisis Jalur*, Alfabeta, Bandung
- Sekaran, Uma, 2006, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta
- Sugiyono, 2005, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung
- Supranto, J, 2005, *Statistik, Teori dan Aplikasi*, Erlangga, Jakarta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2005, *Service, Quality and Satisfaction*, Andi, Yogyakarta