

**ANALISIS PENGALAMAN PELANGGAN DAN KUALITAS LAYANAN
DI SURYAMART UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA
MENGUNAKAN *RETAIL SERVICE QUALITY SCALE (RSQS)***

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Yusril Handardi Saputra

NIM : 20211221149

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

2026

**ANALISIS PENGALAMAN PELANGGAN DAN KUALITAS LAYANAN
DI SURYAMART UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA
MENGUNAKAN *RETAIL SERVICE QUALITY SCALE (RSQS)***

**Diajukan guna memenuhi
salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**



Disusun Oleh :

Yusril Handardi Saputra

NIM : 20211221149

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2026

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yusril Handardi Saputra
NIM : 20211221149
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Analisis Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Layanan di Suryamart Universitas Muhammadiyah Surabaya Menggunakan *Retail Service Quality Scale (RSQS)*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya tulis ini, benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 9 April 2026

Yang membuat pernyataan,



SEPULUH RIBU RUPIAH
10000
TBL. 28
METERAI
TEMPEL
BB2A7AOX137745079

(Yusril Handardi Saputra)

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI
ANALISIS PENGALAMAN PELANGGAN DAN KUALITAS LAYANAN
DI SURYAMART UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA
MENGGUNAKAN *RETAIL SERVICE QUALITY SCALE (RSQS)*

Diajukan Oleh:

Yusril Handardi Saputra

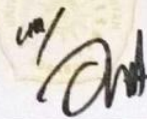
NIM: 20211221149

Dosen Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

1. Asyidatur Rosmaniar, S.E., M.Pd., CMA.



31/08/2024

2. Phonny Aditiawan Mulyana, S.E., M.M.



Mengetahui,

Dekan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi



Dr. Mochammad Mochklas, S.Si., M.M



Dr. Dwi Sofyan Panggayudi, S.T., M.M

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

**ANALISIS PENGALAMAN PELANGGAN DAN KUALITAS LAYANAN DI
SURYAMART UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA
MENGUNAKAN *RETAIL SERVICE QUALITY SCALE (RSQS)***

Nama: Yusril Handardi Saputra
NIM : 20212210149

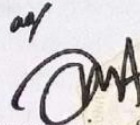
Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari / Tanggal : Senin / 20 April 2026

Pukul : 13.00 WIB sampai dengan 14.30 WIB

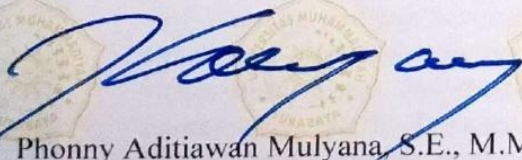
Tim Dosen Penguji terdiri dari

Ketua Penguji



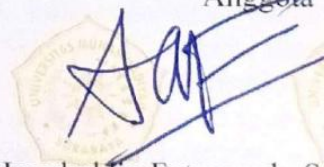
Asyidatur Rosmaniar, S.E., M.Pd., CMA

Anggota I



Phonny Aditiawan Mulyana, S.E., M.M

Anggota II



Ali Imaduddin Futuwah, S.Sos., M.SM., CMA

Mengetahui:

Dekan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Mochamad Mochlas, S.Si., M.M

Ketua Program Studi



Dr. Dwi Satrio Panggayudi, S.T., M.M

ANALISIS PENGALAMAN PELANGGAN DAN KUALITAS LAYANAN DI SURYAMART UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA MENGUNAKAN *RETAIL SERVICE QUALITY SCALE (RSQS)*

Yusril Handardi Saputra

Email : yusril.handardi.saputra-2021@fe.um-surabaya.ac.id

ABSTRAK

Persaingan ritel modern menuntut setiap gerai mampu memberikan pengalaman belanja yang nyaman, cepat, dan konsisten, termasuk ritel kampus seperti Suryamart Universitas Muhammadiyah Surabaya. Suryamart UMSURA berperan dalam memenuhi kebutuhan harian civitas akademika, tetapi masih menghadapi beberapa persoalan layanan seperti ketersediaan stok, kesesuaian label harga, kejelasan promosi, antrean kasir, serta kelancaran pembayaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengalaman pelanggan dan kualitas layanan di Suryamart UMSURA menggunakan pendekatan *Retail Service Quality Scale (RSQS)*, serta menjawab bagaimana pengalaman pelanggan terbentuk, bagaimana kualitas layanan dinilai berdasarkan dimensi RSQS, dan strategi apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi langsung, dan dokumentasi dengan informan yang terdiri atas pelanggan, staf, dan pimpinan Suryamart UMSURA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan secara umum dinilai positif pada aspek kenyamanan toko, kebersihan, lokasi strategis, dan keramahan staf. Namun, terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki, terutama pada dimensi *reliability*, *problem solving*, dan *policy*, yang mencakup ketersediaan barang, sinkronisasi harga, informasi promo, efektivitas antrean, serta konsistensi sistem pembayaran QRIS. Temuan ini menunjukkan bahwa RSQS mampu memetakan titik kritis layanan ritel kampus secara lebih kontekstual. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas layanan perlu difokuskan pada penguatan sistem stok, pemeriksaan label harga, manajemen antrean, kejelasan kebijakan promosi, dan pelatihan frontliner. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran untuk mengukur pengaruh tiap dimensi RSQS terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan, Retail Service Quality Scale, Ritel Kampus, Suryamart UMSURA*

Analysis of Customer Experience and Service Quality at Suryamart, Muhammadiyah University of Surabaya Using Retail Service Quality Scale (RSQS)

Yusril Handardi Saputra

Email : yusril.handardi.saputra-2021@fe.um-surabaya.ac.id

ABSTRACT

Modern retail competition demands that every outlet be able to provide a comfortable, fast and consistent shopping experience, including campus retail such as Suryamart, Muhammadiyah University of Surabaya. MUS (Muhammadiyah University of Surabaya) Suryamart plays a role in meeting the daily needs of the academic community, but still faces several service problems such as stock availability, suitability of price tags, clarity of promotions, cashier queues, and smooth digital payments. This research aims to analyze customer experience and service quality at MUS Suryamart using the Retail Service Quality Scale (RSQS) approach, as well as answering how customer experience is formed, how service quality is assessed based on RSQS dimensions, and what strategies can be implemented to improve service quality. This research used a descriptive qualitative approach with a case study design. Data was collected through semi-structured interviews, direct observation, and documentation with informants consisting of customers, staffs and leaders of MUS Suryamart. The research results showed that customer experience is generally rated positively in the aspects of store comfort, cleanliness, strategic location, and staff friendliness. However, there are several aspects that need to be improved, especially in the dimensions of reliability, problem solving, and policy, which include goods availability, price synchronization, promo information, queue effectiveness, and consistency of the QRIS payment system. These findings indicate that RSQS is able to map the critical points of campus retail services more contextually. This research concludes that improving service quality needs to focus on strengthening stock systems, checking price tags, queue management, clarity of promotional policies, and frontliner training. It is recommended for further research to use a quantitative approach or mixed methods to measure the influence of each RSQS dimension on customer satisfaction and loyalty.

Keywords: *Customer Experience, Service Quality, Retail Service Quality Scale, Campus Retail, MUS Suryamart*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi berjudul “Analisis Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Layanan di Suryamart Universitas Muhammadiyah Surabaya Menggunakan *Retail Service Quality Scale* (RSQS)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak dapat terlaksana dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan terutama kepada:

1. Prof. Dr. Mundakir, S.Kep., Ns., M.Kep., FISQua. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan dukungan dan fasilitas selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
3. Dr. Dwi Songgo Panggayudi, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah mengizinkan penulis untuk menyusun skripsi.

4. Asyidatur Romaniar, S.E., M.Pd., CMA. selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar dan ikhlas memberikan arahan serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini dan mengarahkan pada topik ini.
5. Phonny Aditiawan Mulyana, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II atas bimbingan, saran, serta kritik yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Ali Imaduddin Futuwwah, S.Sos., M.SM., CMA. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, dan kritik yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan ilmu serta nasihat yang tak ternilai selama menempuh pendidikan.
8. Bapak Achmad Ariardi dan Ibu Tutik Handayani, dua manusia hebat yang telah memberikan dukungan tak terhingga, baik moril maupun materil, serta doa yang tiada henti selama penulis menyelesaikan pendidikan.
9. Kakak penulis, Ardiani Vica dan Dikky Syadqomullah, atas cinta, doa, serta dukungan yang diberikan tanpa pamrih.
10. Seluruh sahabat dan rekan-rekan angkatan 2022 seperjuangan yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh Tim Suryamart UMSURA, mulai dari tim manajemen hingga tim frontline, yang selalu memberikan dukungan agar penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.

12. Rekan penulis dengan NIM 20191220044, yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini, baik dalam bentuk waktu, tenaga, maupun perhatian.

13. Dan segenap pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu secara detail yang telah memberikan dukungan dan bantuan hingga skripsi ini terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Surabaya, 09 April 2026

Penulis

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala dari kebajikan yang dikerjakannya dan ia mendapat siksa dari kejahatan yang diperbuatnya.”

QS. Al-Baqarah: 286

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Akan tetapi, gelombang-gelombang itu yang kelak dapat kau ceritakan.”

Boy Candra

“Kesempatan tidak datang dua kali, tetapi kesempatan akan datang kepada orang yang selalu berusaha.”

Dzawin Nur

DAFTAR ISI

Hal	
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	i
.....	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
MOTTO	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
A. Landasan Teori.....	15
1. Pemasaran	15
2. Pemasaran Ritel	16
3. Kualitas Layanan	20
4. <i>Retail Service Quality Scale (RSQS)</i>	23
5. <i>Experiential Marketing</i>	29
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Konseptual	35
BAB III METODE PENELITIAN	37

A. Pendekatan Penelitian	37
B. Keterlibatan Peneliti.....	38
1. Kehadiran Peneliti.....	38
2. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
3. Sumber Data.....	41
C. Pengumpulan dan Analisis Data.....	45
1. Prosedur Pengumpulan Data.....	45
2. Teknik Pengumpulan Data.....	49
3. Analisis Data.....	57
D. Keabsahan Data.....	59
1. Uji Kredibilitas.....	60
2. Uji Transferabilitas (<i>Transferability</i>).....	61
3. Uji Dependabilitas (<i>Dependability</i>)	62
4. Uji Objektivitas (<i>Confirmability</i>).....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	63
1. Sejarah Berdirinya Suryamart UMSURA.....	63
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	65
3. Struktur Organisasi	66
B. Deskripsi Informan Penelitian.....	71
C. Deskripsi Data Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	71
D. Hasil Penelitian	72
1. Hasil Penelitian Pada Pelanggan, Staf, Pimpinan Suryamart UMSURA Terhadap Pengalaman Pelanggan	72
2. Hasil Penelitian Pada Pelanggan, Staf dan Pimpinan Suryamart UMSURA Terhadap Kualitas Layanan	87
E. Pembahasan	101

1. Pembahasan Analisis Pengalaman Pelanggan	102
2. Pembahasan Analisis Kualitas Layanan.....	105
3. Pembahasan Strategi Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Layanan	107
BAB V PENUTUP.....	110
A. Kesimpulan	110
B. Saran	114
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN-LAMPIRAN	127
Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....	127
Lampiran 2 Tabel Coding	160
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara Staf dan Pelanggan	170
Lampiran 4 Dokumentasi Jam Operasional Suryamart UMSURA	172
Lampiran 5 SK Dosen Pembimbing Skripsi	173
Lampiran 6 Surat Izin Penelitian	174
Lampiran 7 Surat Izin Balasan Perusahaan.....	175
Lampiran 8 Kartu Bimbingan	176
Lampiran 9 Surat Keterangan Bebas Pinjam	178
Lampiran 10 Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....	179
Lampiran 11 Endorsement Letter	180
Lampiran 12 Lembar Perbaikan Skripsi	181

DAFTAR TABEL

No. Tabel	 Hal
Tabel 1.1 Penilaian Perbaikan Pelanggan Suryamart UMSURA 2025	10
Tabel 1.2 Top 3 Penilaian Perbaikan Pelanggan Suryamart UMSURA 2025	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Data Informan Eksternal Suryamart UMSURA	42
Tabel 3.2 Data Informan Internal Suryamart UMSURA	43
Tabel 3.3 <i>Coding</i> Transkrip Wawancara	43
Tabel 3.4 Pedoman Observasi.....	50
Tabel 3.5 Pedoman Wawancara Pimpinan Suryamart UMSURA.....	52
Tabel 3.6 Pedoman Wawancara Staf Suryamart UMSURA.....	53
Tabel 3.7 Pedoman Wawancara Pelanggan Suryamart UMSURA.....	54
Tabel 3.8 Pedoman dokumentasi	56

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Hal
Gambar 1.1 Penilaian Kepuasan Pelanggan Suryamart UMSURA 2025	9
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	36
Gambar 4.1 Toko Suryamart UMSURA.....	63
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Suryamart UMSURA	66
Gambar 4.3 Kondisi Keadaan Fisik Suryamart UMSURA	74
Gambar 4.4 SOP Suryamart UMSURA.....	74
Gambar 4.5 Respon Pelanggan Suryamart UMSURA di Prasurvei Peneliti	77
Gambar 4.6 Kondisi Label Harga di Suryamart UMSURA	79
Gambar 4.7 Kondisi Pelayanan di Jam Ramai Suryamart UMSURA	82
Gambar 4.8 Jarak tempuh pelanggan dari UMSURA menuju Suryamart UMSURA	85
Gambar 4.9 Jarak tempuh pelanggan dari UMSURA menuju Indomaret terdekat	85
Gambar 4.10 Perbedaan harga minuman Suryamart UMSURA dengan kompetitor	86
Gambar 4.11 Kerapian dan tata letak display barang di Suryamart UMSURA.....	89
Gambar 4.12 Masukan pelanggan tentang tata letak barang di Suryamart UMSURA.....	90
Gambar 4.13 Informasi jam operasional di Suryamart UMSURA	93
Gambar 4.14 Masukan dan saran di Suryamart UMSURA	100

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....	127
Lampiran 2 Tabel Coding	160
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara Staf dan Pelanggan	170
Lampiran 4 Dokumentasi Jam Operasional Suryamart UMSURA	172
Lampiran 5 SK Dosen Pembimbing Skripsi	173
Lampiran 6 Surat Izin Penelitian.....	174
Lampiran 8 Kartu Bimbingan	174
Lampiran 9 Surat Keterangan Bebas Pinjam	175
Lampiran 10 Surat Keterangan Bebas Plagiasi	179
Lampiran 11 Endorsement Letter	180
Lampiran 12 Lembar Perbaikan Skripsi	180