

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah instrument penelitian benar-benar mampu mengukur konstruk yang digunakan. Untuk memperoleh validitas kuesioner, usaha dititikberatkan pada pencapaian validitas isi. Validitas tersebut menunjukkan sejauh mana perbedaan yang diperoleh dengan instrument pengukuran merefleksikan perbedaan sesungguhnya pada responden yang diteliti. Pengujian validitas ini dilakukan dengan bantuan program software SPSS dengan membandingkan nilai r_{tabel} dengan r_{hitung} (r_{x-y}) pada taraf signifikansi 5%. Nilai r_{tabel} dengan jumlah responden sebanyak 96 responden diperoleh nilai sebesar 0.201. Nilai sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Hasil uji validitas dapat dilihat dalam tabel seperti dibawah ini

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	rhitung Persepsi Kualitas Layanan	rhitung Harapan	r_{tabel}	Kesimpulan
Tangibles	1	0,893	0.683	0.201	Valid
	2	0,855	0.924		Valid
	3	0,853	0.925		Valid
	4	0,462	0,922		Valid
Reliability	1	0,836	0.945	0.201	Valid
	2	0,826	0.951		Valid
	3	0,856	0.944		Valid
	4	0,867	0.867		Valid
Responsiveness	1	0,804	0.887	0.201	Valid
	2	0,874	0.861		Valid
	3	0,861	0.863		Valid
	4	0,691	0.839		Valid
Assurance	1	0,688	0.824	0.201	Valid
	2	0,763	0.768		Valid
	3	0,869	0,870		Valid
	4	0,868	0.837		Valid
Emphaty	1	0,944	0,911	0.201	Valid
	2	0,903	0.915		Valid
	3	0,915	0,889		Valid
	4	0,921	0,856		Valid

Sumber : Data Diolah

Seperti dikemukakan diatas bahwa, bila koefisien korelasi sama dengan koefisien korelasi kritis ($r_{\text{tabel}} = 0.201$) atau lebih, maka butir instrumen dinyatakan valid. Dan hasil uji validitas tersebut ternyata koefisien korelasi semua butir instrumen pernyataan variabel penelitian dapat dinyatakan valid sehingga pertanyaan-pertanyaan yang tertuang dalam angket penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.1.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat konsistensi terhadap instrumen-instrumen yang mengukur konsep. Reliabilitas merupakan syarat untuk tercapainya validitas suatu kuesioner dengan tujuan tertentu. Dalam mengukur reliabilitas alat pengukuran yang digunakan adalah Teknik Alpha Cronbach. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan reliable. Jika *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan tidak reliable (Ghozali, 2005).

Tabel 4.2
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alfa Persepsi Kualitas Layanan	Nilai Cronbach Alfa Persepsi	Kesimpulan
<i>Tangibles</i>	0,775	0.923	Reliabel
<i>Reliability</i>	0,868	0.945	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0,813	0.886	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,812	0.844	Reliabel
<i>Emphaty</i>	0,940	0.915	Reliabel

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument penelitian dapat dinyatakan reabel / handal dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.. Artinya kuisisioner ini memiliki hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran dalam waktu dan model atau desain yang berbeda.

4.2 Analisis Deskriptif Responden

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok laki-laki dan perempuan. Hasil analisis data ini diperoleh presentase responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut :

Tabel 4.3
Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
Laki-laki	52	55%
Perempuan	44	45%
Total	96	100%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden dibedakan menjadi dua kategori yaitu laki-laki dan perempuan. Pengumpulan data yang dilakukan menghasilkan data responden laki-laki sebanyak 52 orang atau 55% sedangkan responden perempuan sebesar 44 responden atau 44%.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada table berikut :

Tabel 4.4
Usia Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
< 30 tahun	20	21%
31 – 40 tahun	59	61%
41 – 50 tahun	12	13%
> 51 tahun	5	5%
Total	96	100%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa responden dibedakan menjadi empat kategori yaitu kurang dari 30 tahun, 31 sampai 40 tahun, 41 sampai 50 tahun dan lebih dari 51 tahun. Dari hasil analisis deskriptif di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah mereka dengan usia 31-40 tahun sebesar 59 responden atau 61 %.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan jenjang pendidikan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5
Jenjang Pendidikan Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
SMA	29	30%
D3	30	30%
S1	35	35%
S2/S3	2	2%
Total	96	100%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa responden terbagi menjadi enam kategori SD, SMP, SMA, Diploma (D3), Strata 1 (S1), dan Strata 2/Strata 3 (S3). Pengumpulan data yang telah dilakukan menghasilkan data responden mayoritas adalah responden yang berpendidikan S1 yaitu sebesar 35%.

4.3 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian

Berdasarkan data yang dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui deskriptif jawaban terhadap masing-masing variabel. Penilaian responden ini didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

Skor penilaian terendah adalah : 1

Skor penilaian tertinggi adalah : 5

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

Sehingga diperoleh batasan penilaian terhadap masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Baik

1,81 – 2,60 = Tidak Baik

2,61 – 3,40 = Cukup Baik

3,41 – 4,20 = Baik

4,21 – 5,00 = Sangat Baik

4.3.1 Analisis Penilaian Variabel Penelitian Persepsi Kualitas Layanan Responden Terhadap Kualitas Layanan

a. Tangibles

Hasil penilaian responden terhadap variable tangibles adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Tangibles

Atribut Tangibles	Persepsi	Kriteria
Kenyamanan ruang tunggu di PT Asuransi Takaful	3,98	Baik
Teknologi informasi yang digunakan modern dan up to date	3,67	Baik
Kondisi gedung perusahaan yang bersih dan rapi	3,88	Baik
Fasilitas perusahaan yang lengkap	4,02	Baik
Rata-rata	3.88	Baik

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,88 dan nilai tersebut kategori baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable tangibles adalah setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel tangibles tertinggi adalah pada indikator fasilitas perusahaan yang lengkap dengan rata – rata sebesar 4,02 dan penilaian terendah adalah pada indikator teknologi informasi yang digunakan yaitu dengan rata – rata sebesar 3,67.

b. Reliability

Hasil penilaian responden terhadap variable reliability adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7
Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Reliability

Atribut Reliability	Persepsi	Kriteria
kecepatan karyawan dalam melayani nasabah	3.61	Baik
karyawan menangani masalah nasabah dengan segera.	3.51	Baik
Karyawan selalu menepati janji kepada nasabah	4,09	Baik
Karyawan perusahaan mempunyai catatan bebas dari kesalahan	4,02	Baik
Rata-rata	3,81	Baik

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,81 dan nilai tersebut kategori baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable reliability adalah baik. Sedangkan penilaian responden pada variabel reliability tertinggi adalah pada indikator Karyawan selalu menepati janji dengan rata – rata sebesar 4,09 dan penilaian terendah adalah pada indikator karyawan menangani masalah dengan segera.yaitu dengan rata – rata sebesar 3,51.

c. Responsiveness

Hasil penilaian responden terhadap variable responsiveness adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Responsiveness

Atribut Responsiveness	Persepsi	Kriteria
ketersediaan karyawan membantu konsumen	3,58	Baik
pelayanan transaksi asuransi yang tidak berbelit-belit.	3,85	Baik
Respon yang cepat dari karyawan terhadap segala kebutuhan nasabah	3,80	Baik
Karyawan memberitahu konsumen kapan layanan yang akan dilakukan	3,43	Baik
Rata-rata	3.67	Baik

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,67 dan nilai tersebut kategori baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable responsiveness adalah baik. Sedangkan penilaian responden pada variabel responsiveness tertinggi adalah pada indikator pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit sebesar 3,85 dan penilaian terendah adalah karyawan memberitahu konsumen kapan layanan yang akan dilakukan yaitu dengan rata – rata sebesar 3,43.

d. Assurance

Hasil penilaian responden terhadap variable assurance adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9
Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Assurance

Atribut Assurance	Harapan	Kriteria
Karyawan yang professional dibidangnya	3,76	Baik
Konsumen merasakan aman dalam melakukan transaksi.	3.55	Baik
Karyawan yang berperilaku menanamkan rasa kepercayaan terhadap pelanggan	3.30	Baik
Kemudahan dalam pembayaran	3.39	Baik
Rata-rata	3.50	Baik

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,50 dan nilai tersebut kategori baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable assurance adalah baik. Sedangkan penilaian responden pada variabel assurance tertinggi adalah pada indikator karyawan yang professional dibidangnya sebesar 3,76 dan penilaian terendah adalah

pada indikator Karyawan yang berperilaku menanamkan rasa kepercayaan terhadap pelanggan yaitu dengan rata – rata sebesar 3,30.

e. Emphaty

Hasil penilaian responden terhadap variable emphaty adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10
Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Emphaty

Atribut Emphaty	Persepsi	Kriteria
Perusahaan memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan nasabah	4,03	Sangat Baik
karyawan memberi perhatian khusus kepada nasabah	3,90	Baik
Karyawan mengutamakan kepentingan nasabah	4,00	Baik
Karyawan yang ramah dan sopan	3,94	Baik
Rata-rata	3.97	Baik

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,97 dan nilai tersebut kategori baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable emphaty adalah baik. Sedangkan penilaian responden pada variabel emphaty tertinggi adalah pada indikator Memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan karyawan sebesar ,403 dan penilaian terendah adalah pada indikator Karyawan memberi perhatian khusus kepada konsumen yaitu dengan rata – rata sebesar 3,70.

4.3.2 Analisis Penilaian Variabel Penelitian Harapan Responden Terhadap Kualitas Layanan

a. Tangibles

Hasil penilaian responden terhadap variable tangibles adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Analisis Harapan Terhadap Variabel Tangibles

Atribut Tangibles	Harapan	Kriteria
Kenyamanan ruang tunggu di PT Asuransi Takaful	3,76	Baik
Teknologi informasi yang digunakan modern dan up to date	3,86	Baik
Kondisi gedung perusahaan yang bersih dan rapi	3,85	Baik
Fasilitas perusahaan yang lengkap	3,78	Baik
Rata-rata	3.82	Baik

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,82 dan nilai tersebut kategori baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable tangibles adalah baik. Sedangkan penilaian responden pada variabel tangibles tertinggi adalah pada indikator Teknologi informasi yang digunakan dengan rata – rata sebesar 3,86 dan penilaian terendah adalah pada indikator Kenyamanan ruang tunggu yaitu dengan rata – rata sebesar 3,76.

b. Reliability

Hasil penilaian responden terhadap variable reliability adalah sebagai berikut :

Tabel 4.12
Hasil Analisis Harapan Terhadap Variabel Reliability

Atribut Harapan	Persepsi	Kriteria
kecepatan karyawan dalam melayani nasabah	3,76	Baik
karyawan menangani masalah nasabah dengan segera.	3,72	Baik
Karyawan selalu menepati janji kepada nasabah	3,74	Baik
Karyawan perusahaan mempunyai catatan bebas dari kesalahan	3,76	Baik
Rata-rata	3,74	Baik

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,74 dan nilai tersebut kategori baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa harapan responden terhadap variable reliability adalah baik. Sedangkan penilaian responden pada variabel reliability tertinggi adalah pada indikator Karyawan mempunyai catatan bebas dari kesalahan dan Kecepatan karyawan dalam pelayanan dengan rata – rata sebesar 3,76 dan penilaian terendah adalah pada indikator Karyawan menangani masalah dengan segera yaitu dengan rata – rata sebesar 3,72

c. Responsiveness

Hasil penilaian responden terhadap variable responsiveness adalah sebagai berikut :

Tabel 4.13
Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Responsiveness

Atribut Responsiveness	Persepsi	Kriteria
ketersediaan karyawan membantu konsumen	3,81	Baik
pelayanan transaksi asuransi yang tidak berbelit-belit.	3,78	Baik
Respon yang cepat dari karyawan terhadap segala kebutuhan nasabah	3,79	Baik
Karyawan memberitahu konsumen kapan layanan yang akan dilakukan	3,77	Baik
Rata-rata	3.80	Baik

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,80 dan nilai tersebut kategori baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa harapan responden terhadap variable responsiveness adalah baik. Sedangkan penilaian responden pada variabel responsiveness tertinggi adalah pada indikator ketersediaan membantu konsumen sebesar 3,81 dan penilaian terendah adalah pada indikator karyawan memberitahu konsumen kapan layanan yang akan dilakukan yaitu dengan rata – rata sebesar 3,77.

d. Assurance

Hasil penilaian responden terhadap variable assurance adalah sebagai berikut :

Tabel 4.14
Hasil Analisis Harapan Terhadap Variabel Assurance

Atribut Assurance	Harapan	Kriteria
karyawan yang professional dibidang asuransi	4,07	Baik
konsumen merasakan aman dalam melakukan transaksi.	3,78	Baik
Karyawan yang berperilaku menanamkan rasa kepercayaan terhadap pelanggan	3,82	Baik
Kemudahan dalam pembayaran premi asuransi	3.81	Baik
Rata-rata	3.87	Baik

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,87 dan nilai tersebut kategori baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa harapan responden terhadap variable assurance adalah baik. Sedangkan penilaian responden pada variabel assurance tertinggi adalah pada indikator karyawan yang professional dibidangnya sebesar 4,07 dan penilaian terendah adalah

pada indikator Konsumen merasakan aman dalam melakukan transaksi yaitu dengan rata – rata sebesar 3,76.

e. Emphaty

Hasil penilaian responden terhadap variable emphaty adalah sebagai berikut :

Tabel 4.15
Hasil Analisis Harapan Terhadap Variabel Emphaty

Atribut Emphaty	Harapan	Kriteria
Perusahaan memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan nasabah	3,76	Sangat Baik
karyawan memberi perhatian khusus kepada nasabah	3,77	Baik
Karyawan mengutamakan kepentingan nasabah	3,89	Baik
Karyawan yang ramah dan sopan	3,87	Baik
Rata-rata	3,83	Baik

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,83 dan nilai tersebut kategori baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa harapan responden terhadap variable emphaty adalah baik. Sedangkan penilaian responden pada variabel emphaty tertinggi adalah pada indikator Karyawan mengutamakan kepentingan konsumen sebesar 3,89 dan penilaian terendah adalah pada indikator Memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan karyawan yaitu dengan rata – rata sebesar 3,76.

4.4 Analisis Servqual

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Servqual. Metode Servqual dimaksudkan untuk mengukur kualitas pelayanan melalui perbedaan (gap) harapan pelanggan dengan persepsi nasabah. Metode ini terdiri dari dua langkah

utama, yaitu mendapatkan persepsi pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan dan harapan pelanggan atas kualitas pelayanan. Hasil analisis servqual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.16
Hasil Analisis Servqual

Atribut	Persepsi	Harapan	Gap	Keterangan
Tangibles				
Kenyamanan ruang tunggu di PT Asuransi Takaful	3,98	3,76	0.22	Positif (Memenuhi Harapan)
Teknologi informasi yang digunakan modern dan up to date	3,67	3,86	-0.20	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Kondisi gedung perusahaan yang bersih dan rapi	3,88	3,85	0.03	Positif (Memenuhi Harapan)
Fasilitas perusahaan yang lengkap	4,02	3,78	0.24	Positif (Memenuhi Harapan)
Rata-rata	3.88	3.82	0.07	Positif (Memenuhi Harapan)
Reliability				
kecepatan karyawan dalam melayani nasabah	3.61	3,76	-0.15	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
karyawan menangani masalah nasabah dengan segera.	3.51	3,72	-0.21	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Karyawan selalu menepati janji kepada nasabah	4,09	3,74	0.35	Positif (Memenuhi Harapan)
Karyawan perusahaan mempunyai catatan bebas dari kesalahan	4,02	3,76	0.26	Positif (Memenuhi Harapan)
Rata-rata	3,81	3,74	0.07	Positif (Memenuhi Harapan)
Responsiveness				
ketersediaan karyawan membantu konsumen	3,58	3,81	-0.23	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
pelayanan transaksi asuransi yang tidak berbelit-belit.	3,85	3,78	0.07	Positif (Memenuhi Harapan)
Respon yang cepat dari karyawan terhadap segala kebutuhan nasabah	3,80	3,79	0.01	Positif (Memenuhi Harapan)
Karyawan memberitahu konsumen	3,43	3,77	-0.33	Negatif (Tidak

Atribut	Persepsi	Harapan	Gap	Keterangan
kapan layanan yang akan dilakukan				Memenuhi Harapan)
Rata-rata	3.67	3.80	-0.12	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Assurance				
karyawan yang professional dibidang asuransi	3,76	4,07	-0.31	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
konsumen merasakan aman dalam melakukan transaksi.	3.55	3,78	-0.23	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Karyawan yang berperilaku menanamkan rasa kepercayaan terhadap pelanggan	3.30	3,82	-0.52	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Kemudahan dalam pembayaran premi asuransi	3.39	3.81	-0.42	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Rata-rata	3.50	3.87	-0.37	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)
Emphaty				
Perusahaan memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan nasabah	4,03	3,76	0.27	Positif (Memenuhi Harapan)
karyawan memberi perhatian khusus kepada nasabah	3,90	3,77	0.13	Positif (Memenuhi Harapan)
Karyawan mengutamakan kepentingan nasabah	4,00	3,89	0.10	Positif (Memenuhi Harapan)
Karyawan yang ramah dan sopan	3,94	3.87	0.06	Positif (Memenuhi Harapan)
Rata-rata	3.97	3,83	0.14	Positif (Memenuhi Harapan)
Rata-rata	3.75	3.81	-0.04	Negatif (Tidak Memenuhi Harapan)

Sumber : Data Diolah

Analisis ini dilakukan untuk mengukur kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap perusahaan, berdasarkan 20 item atau atribut yang berkaitan dengan kualitas pelayanan. Dalam perhitungan skor servqual, 20 pernyataan dalam kuesioner yang mewakili harapan dan pernyataan persepsi

dikelompokkan dan dihubungkan sesuai dengan lima dimensi seperti yang disebutkan sebelumnya.

Dalam tabel, kesenjangan negatif menunjukkan bahwa pelanggan merasa bahwa tingkat layanan yang disediakan oleh perusahaan tidak memenuhi harapan mereka. Di sisi lain, kesenjangan positif menunjukkan bahwa pelanggan merasa bahwa tingkat kualitas pelayanan melebihi harapan mereka. Sebuah perbandingan persepsi nasabah mengenai kualitas layanan dengan harapan mereka, menunjukkan perbedaan yang signifikan secara statistik pada semua 20 item pertanyaan .

Dari hasil analisis servqual di atas, dapat diketahui indikator-indikator kualitas pelayanan yang perlu diperbaiki oleh perusahaan. Indikator-indikator tersebut dapat diketahui dengan indikator tersebut memiliki nilai gap negative. Indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut :

1. Indikator “Teknologi informasi yang digunakan” dengan skor gap -0,2
2. Indikator “kecepatan karyawan dalam pelayanan” dengan skor gap -0,15
3. Indikator “karyawan menangani masalah dengan segera” dengan skor gap -0,21
4. Indikator “ketersediaan membantu konsumen” dengan skor gap -0,23
5. Indikator ” Karyawan memberitahu konsumen kapan layanan yang akan dilakukan” dengan skor gap -0,33
6. Indikator “karyawan yang professional dibidangnya” dengan skor gap -0,31
7. Indikator “konsumen merasakan aman dalam melakukan transaksi.” dengan skor gap -0,21

8. Indikator “Karyawan yang berperilaku menanamkan rasa kepercayaan terhadap pelanggan” dengan skor gap -0,52
9. Indikator “Kemudahan dalam pembayaran” dengan skor gap -0,42

Atribut-atribut tersebut merupakan dimensi yang memiliki kekurangan paling serius dan memerlukan perhatian serius oleh pemilik tempat futsal dalam hal membuat perbaikan. Semakin besar kesenjangan, yang serius tingkat kualitas layanan dari sudut pelanggan pandang.

Secara keseluruhan, nilai Gap skor lima dimensi adalah -0,43, yang menunjukkan bahwa, kualitas keseluruhan layanan yang disediakan oleh perusahaan belum memenuhi ekspektasi pelanggan.

4.5 Diagram Kartesius

Analisis diagram kartesius dilakukan dengan perhitungan sumbu mendatar (X) yang menunjukkan skor tingkat kualitas layanan dan sumbu tegak (Y) yang menunjukkan skor tingkat harapan. Sebelum menggambar diagram kartesius maka perlu diketahui titik potong masing-masing indikator dan titik-titik potong diagram kartesius. Titik potong masing-masing indikator dapat diketahui dengan cara menghitung rata-rata jawaban masing-masing indikator dari indikator, sedangkan titik potong diagram kartesius dapat dihitung dengan rata-rata secara keseluruhan. Berikut ini adalah titik potong masing-masing indikator dan titik potong diagram kartesius :

Tabel 4.17
Titik Potong Masing-Masing Indikator Dan Titik Potong Diagram Kartesius

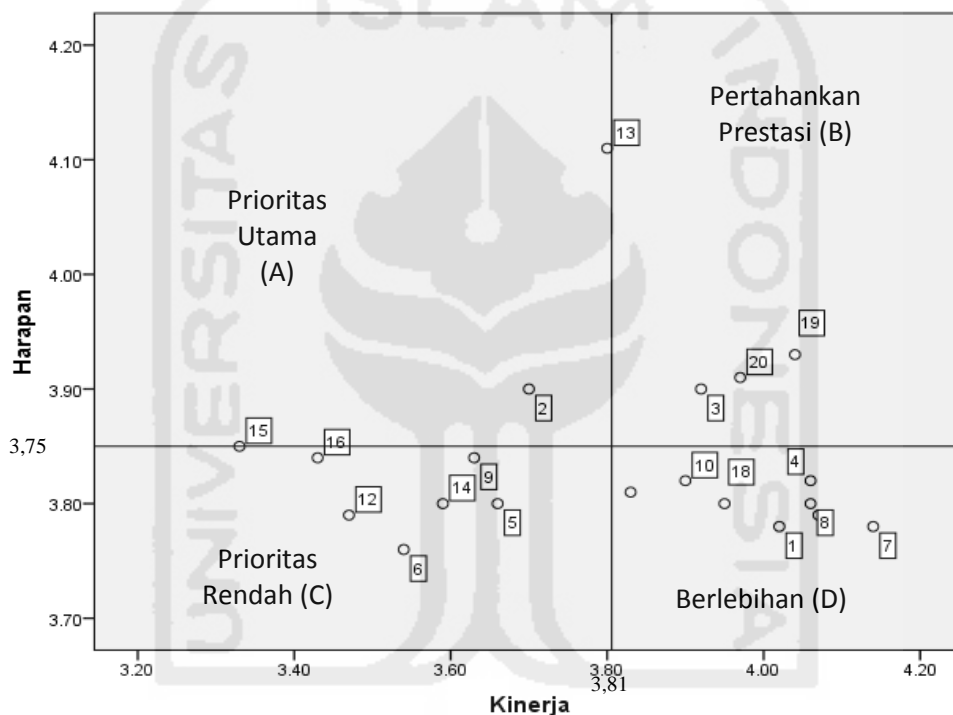
Atribut	Persepsi	Harapan	Gap
Tangibles			
Kenyamanan ruang tunggu di PT Asuransi Takaful	3,98	3,76	0.22
Teknologi informasi yang digunakan modern dan up to date	3,67	3,86	-0.20
Kondisi gedung perusahaan yang bersih dan rapi	3,88	3,85	0.03
Fasilitas perusahaan yang lengkap	4,02	3,78	0.24
Reliability			
kecepatan karyawan dalam melayani nasabah	3.61	3,76	-0.15
karyawan menangani masalah nasabah dengan segera.	3.51	3,72	-0.21
Karyawan selalu menepati janji kepada nasabah	4,09	3,74	0.35
Karyawan perusahaan mempunyai catatan bebas dari kesalahan	4,02	3,76	0.26
Responsiveness			
ketersediaan karyawan membantu konsumen	3,58	3,81	-0.23
pelayanan transaksi asuransi yang tidak berbelit-belit.	3,85	3,78	0.07
Respon yang cepat dari karyawan terhadap segala kebutuhan nasabah	3,8	3,79	0.01
Karyawan memberitahu konsumen kapan layanan yang akan dilakukan	3,43	3,77	-0.33
Assurance			
karyawan yang professional dibidang asuransi	3,76	4,07	-0.31
konsumen merasakan aman dalam melakukan transaksi.	3.55	3,78	-0.23
Karyawan yang berperilaku menanamkan rasa kepercayaan terhadap pelanggan	3.30	3,82	-0.52
Kemudahan dalam pembayaran premi asuransi	3.39	3.81	-0.42
Emphaty			
Perusahaan memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan nasabah	4,03	3,76	0.27
karyawan memberi perhatian khusus kepada nasabah	3,9	3,77	0.13
Karyawan mengutamakan kepentingan nasabah	4	3,89	0.10
Karyawan yang ramah dan sopan	3,94	3.87	0.06
Titik Potong	3.75	3.81	-0.04

Sumber : Data Diolah

Setelah koordinat titik potong, dan koordinat masing-masing variabel maka unsur-unsur tersebut dibagi menjadi empat bagian dalam diagram kartesius.

Gambar 4.1

Hasil Analisis Diagram Kartesius



Dari gambar diagram kartesius terlihat bahwa letak dari variabel-variabel kualitas layanan jasa terbagi dalam beberapa kuadran. Dari hasil analisis diagram kartesius, dapat diketahui posisi dari tingkat harapan pelanggan dengan kinerja kualitas layanan yang diberikan perusahaan. Hasil interpretasi dari posisi tingkat kepentingan pelanggan dengan kinerja kualitas layanan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran A

Menunjukkan menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan dengan tingkat kepentingan pelanggan yang tinggi sedangkan tingkat kinerja kualitas pelanggan dinilai rendah sehingga kepuasan konsumen rendah (prioritas utama). Indikator-Indikator yang masuk dalam kuadran ini adalah Teknologi informasi yang digunakan, Karyawan yang berperilaku menanamkan rasa kepercayaan terhadap pelanggan dan karyawan yang profesional dibidangnya. Hal ini berarti bahwa konsumen memberikan penilaian kepentingan yang dirasakan tinggi dan nilai kualitas pelayanan yang tinggi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa konsumen mempunyai kepentingan yang tinggi terhadap tingkat kinerja pelayanan di perusahaan namun yang dirasakan responden tidak setinggi tingkat kepentingannya dan responden merasa belum puas dengan pelayanan yang diberikan.

Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan harus memprioritaskan pada peningkatan kinerja atau *performance* pada kesembilan atribut ini yaitu dengan cara meningkatkan SDM sehingga karyawan yang bekerja tidak hanya memiliki kemampuan pada bidang teknis saja tetapi karyawan juga mampu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, sehingga karyawan mampu memberikan penanganan dan mengatasi masalah-masalah yang ada. Langkah yang dilakukan misalnya dengan merekrut tenaga ahli yang telah berpengalaman sehingga akan kecil kemungkinannya terhadap kesalahan yang ada.

2. Kuadran B

Menunjukkan menunjukkan atribut-atribut tingkat harapan pelanggan dan tingkat kinerja kualitas pelayanan yang sama-sama tinggi sehingga konsumen merasakan kepuasan. Hal ini menuntut perusahaan untuk mempertahankan posisinya (pertahankan prestasi). Indikator-indikator yang masuk dalam kuadran ini adalah kenyamanan ruang tunggu, Karyawan mengutamakan kepentingan konsumen dan Karyawan yang ramah dan sopan. Dengan tingginya nilai tingkat harapan pelanggan dan tingginya pula nilai tingkat kinerja kualitas pelayanan maka variabel yang masuk dalam kuadran B haruslah dipertahankan akan lebih baik bila ditingkatkan hingga menyentuh nilai kepentingan konsumen.

Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan harus dapat mempertahankan atribut yang masuk dalam kuadran ini yang telah dinilai oleh pelanggan sebagai pelayanan yang memuaskan. Hal ini memang telah dilakukan oleh pihak perusahaan, sehingga perusahaan harus mengedepankan keprofesionalan karyawan, dan kecepatan karyawan dalam melayani karyawan. Selain itu pihak manajemen hendaknya menyediakan produk yang bervariasi dan ditunjang teknologi terbaru sehingga mampu memberikan hasil kerja yang optimal.

3. Kuadran C

Menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan memiliki tingkat harapan pelanggan dan tingkat kinerja kualitas pelayanan yang sama-sama rendah. Atribut kualitas pelayanan pada kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh konsumen, perusahaan melakukannya biasa-biasa saja sehingga belum perlu memperbaiki kinerja (prioritas rendah). Indikator-indikator yang berada di dalam kuadran ini

adalah kecepatan karyawan dalam pelayanan, karyawan menangani masalah dengan segera, ketersediaan membantu konsumen, Karyawan memberitahu konsumen kapan layanan yang akan dilakukan, konsumen merasakan aman dalam melakukan transaksi dan Kemudahan dalam pembayaran. Hal ini mengindikasikan bahwa pada kuadran C nilai tingkat kinerja kualitas pelayanan dan nilai tingkat harapan pelanggan juga rendah maka variabel yang masuk kuadran C mendapatkan prioritas rendah karena harapan konsumen tidak tinggi.

Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan adalah memberikan perhatian dan pengelolaan yang serius pada atribut yang masuk dalam kuadran ini, karena ketidakpuasan pelanggan pada umumnya berawal dari atribut-atribut ini. Sikap ramah, perhatian kepada setiap pelanggan tanpa membeda-bedakan status harus ditanamkan pada diri karyawan sehingga pelanggan akan merasa diperhatikan, dan mendapat perlakuan khusus dari karyawan.

4. Kuadran D

Menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki harapan rendah sedangkan tingkat kinerjanya tinggi. Dalam pelaksanaan atribut ini dirasakan terlalu berlebihan padahal konsumen menganggapnya kurang penting (berlebihan). Berdasarkan analisis diagram kartesius indikator-indikator yang berada dalam kuadran ini adalah Kenyamanan ruang tunggu, Fasilitas yang lengkap, Karyawan selalu menepati janji, Karyawan mempunyai catatan bebas dari kesalahan, pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit dan karyawan memberi perhatian khusus kepada konsumen. Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan harus

mempertimbangkan kembali atribut yang masuk dalam kuadran ini karena dirasakan terlalu berlebihan. Untuk itu sebaiknya kinerja yang ada pada kedua atribut diatas tidak perlu terlalu tinggi, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak begitu mementingkan pelayanan pada atribut tersebut. Usaha peningkatan kualitas pelayanan dialihkan pada beberapa atribut yang dirasa sangat dipentingkan oleh pelanggan tetapi kinerjanya masih terasa kurang yaitu atribut-atribut yang berada pada kuadran A.

4.6 Pembahasan

Secara keseluruhan, nilai Gap skor lima dimensi adalah $-0,44$, yang menunjukkan bahwa, kualitas keseluruhan layanan yang disediakan oleh perusahaan belum memenuhi ekspektasi pelanggan.

Hal ini berarti perusahaan harus mampu meningkatkan kualitas layanan yang terdiri dari tangible, reliability, assurance, empathy, dan responsiveness. Tangible berhubungan dengan kepuasan konsumen karena bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan. Karena dengan bukti fisik yang baik maka harapan konsumen menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek wujud fisik yang paling tepat, yaitu masih memberikan impresi positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Hubungan bentuk fisik dengan kepuasan

konsumen adalah bentuk fisik mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap bentuk fisik maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap bentuk fisik buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.

Kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas perusahaan. Hubungan kehandalan dengan kepuasan konsumen adalah kehandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kehandalan perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap kehandalan buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.

Daya tanggap yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas akan mempermudah konsumen dalam mempergunakan jasa. Membiarkan konsumen menunggu merupakan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan. Pelayanan yang tidak tanggap dan pasti akan membuat pelanggan merasa tidak puas. Daya tanggap / ketanggapan yang diberikan oleh perusahaan dengan baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Hubungan daya tanggap dengan kepuasan konsumen adalah daya tanggap mempunyai pengaruh

positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap daya tanggap perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap daya tanggap buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah

Jaminan (*assurance*) yang mencakup pengetahuan dan ketrampilan para karyawan dalam melayani kebutuhan pelanggan, etika para karyawan. Adanya jaminan dari suatu perusahaan akan membuat pelanggan merasa aman dan tanpa ada rasa ragu-ragu untuk melakukan kegiatan, disamping itu jaminan dari suatu perusahaan akan berpengaruh pada kepuasan konsumen karena apa yang diinginkan pelanggan dapat dipenuhi oleh perusahaan yaitu dengan pengetahuan dan ketrampilan dari karyawan tersebut. Hubungan jaminan dengan kepuasan konsumen adalah jaminan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa jaminan dari penyedia jasa pelayanan akan memberikan peningkatan pada kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan kemampuan karyawan dalam melayani konsumen, karyawan yang mempunyai pengetahuan luas dan jaminan keamanan yang diberikan akan memberikan kesan yang lebih baik pada perusahaan sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.

Empati (*emphaty*) yaitu perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan berifat individual atau pribadi yang diberikan perusahaan kepada pelanggan . Dengan adanya perhatian khusus dan komunikasi yang baik dari karyawan atas pelanggan akan berpengaruh juga pada kepuasan pelanggan, karena pelanggan akan merasa diperhatikan oleh perusahaan yaitu apa yang dibutuhkan dan dikeluhkannya ditanggapi secara baik oleh pihak perusahaan. Hubungan *emphaty* dengan kepuasan konsumen adalah kepedulian mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kepedulian yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap kepedulian yang diberikan oleh perusahaan buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.