

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE *IMPORTANCE-  
PERFORMANCE* PADA MASKAPAI PENERBANGAN CITILINK RUTE  
PEKANBARU-YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama : Angga Pratama

Nomor Mahasiswa : 11311476

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2016**

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE *IMPORTANCE-  
PERFORMANCE* PADA MASKAPAI PENERBANGAN CITILINK RUTE  
PEKANBARU-YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Ditulis dan Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Ujian Akhir Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 Di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Disusun Oleh :

Nama : Angga Pratama

Nomor Mahasiswa : 11311476

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2016**

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, 15 Juni 2016



*[Handwritten signature]*

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE *IMPORTANCE-  
PERFORMANCE* PADA MASKAPAI PENERBANGAN CITILINK  
RUTE PEKANBARU-YOGYAKARTA



Nama : Angga Pratama

Nomor Mahasiswa : 11311476

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 15 Juni 2016

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Zulian Yamit', is written over a horizontal line. Below the signature, the name and title 'Zulian Yamit, Drs., M.Si.' are printed in black text.

Zulian Yamit, Drs., M.Si.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE IMPORTANCE  
PERFORMANCE PADA MASKAPAI PENERBANGAN CITILINK RUTE PEKANBARU-  
YOGYAKARTA**

Disusun Oleh : **LANGGA PRATAMA**

Nomor Mahasiswa : 11311476

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

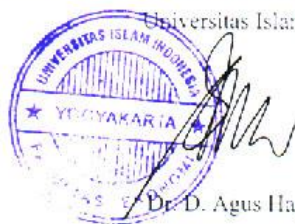
Pada hari Jum'at, tanggal: 23 September 2016

Penguji/Pembimbing Skripsi : Zulian Yamit, Drs., M.Si.

Penguji : Moch. Nasito, Drs., MM



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

*Zulian Yamit*  
.....  
*Moch. Nasito*  
.....

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

“ Alhamdulillah hirobbil’ alamin, saya mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT, Karena atas rahmat dan karunia-nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang yang saya cintai dan sayangi, terutama kepada kedua orang tua saya, adik-adik dan serta keluarga besar saya yang selama ini sudah mendoakan dan mendukung yang terbaik buat saya.

Terima kasih, skripsi ini saya persembahkan untuk kalian semua.”

## HALAMAN MOTTO

- Jadilah diri sendiri dan jangan menjadi orang lain, walaupun dia terlihat baik dari pada kita.
- Kesuksesan akan diraih dengan terus belajar.
- Percayalah keberhasilan akan datang apabila kita terus berusaha dan berdoa.
- Percayalah, Tuhan tak pernah salah memberi rezeki.

## ABSTRAK

Penelitian ini mengambil judul “Analisis Kualitas Pelayanan dengan Metode *Importance-Performance* pada Maskapai Penerbangan Citilink Rute Pekanbaru-Yogyakarta”. Tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dinilai dari *performance* dan *importance* maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Yogyakarta DAN Untuk mengetahui strategi peningkatan pelayanan yang dilakukan oleh maskapai Citilink rute Pekanbaru-Yogyakarta dalam memberikan pelayanan kepada penumpang.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Maskapai Penerbangan Citilink Rute Pekanbaru-Yogyakarta. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan yang mewakili seluruh konsumen Maskapai Penerbangan Citilink Rute Pekanbaru-Yogyakarta. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Metode *Importance-Performance*.

Hasil penelitian ini adalah Tingkat kinerja yang dinilai dari *performance* maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Yogyakarta adalah sebesar 3,60 yang berarti bahwa perusahaan sudah mampu memenuhi kinerja mereka Tingkat kepentingan yang dinilai dari *importance* maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Yogyakarta adalah sebesar 2,51 yang berarti bahwa perusahaan sudah mampu memenuhi harapan mereka. Strategi peningkatan pelayanan yang dilakukan oleh maskapai Citilink rute Pekanbaru-Yogyakarta dalam memberikan pelayanan kepada penumpang adalah memperbaiki *indikator-indikator kualitas pelayanan yang memiliki nilai presentase di bawah 100%*. *Indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut* Indikator “Kerapian penampilan karyawan pesawat Citilink, Indikator “Ketepatan waktu keberangkatan”, Indikator “Ketepatan waktu sampai ditujuan”, Indikator “Kemampuan karyawan yang cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan” dan Indikator ”Tindakan yang cepat ketika terjadi delay”.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, *performance* dan *importance*



## KATA PENGANTAR



**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Segala puji dan syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “**Analisis Kualitas Pelayanan dengan Metode *Importance Performances* Pada Maskapai Penerbangan Citilink Rute Pekanbaru-Yogyakarta**”. Penyusunan tugas akhir skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Dalam kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan segala sesuatu yang terbaik untuk umatnya. Terima Kasih atas kesehatan, kelancaran, dan petunjuk serta ridho yang telah Engkau berikan.
2. Nabi Muhammad SAW sebagai guru didalam hidupku dan sebagai pemberi syafa'at di yaumul akhir nantinya, amin.
3. Dr.D. Agus Hardjito,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Dr. Dwipraptono, M.Sc selaku rektor Universitas Islam Indonesia.

5. Zulian Yamit, Drs., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan teliti memberikan bimbingan dan membantu menyelesaikan Skripsi ini.
6. Kepada Ayahanda Abu Azir dan Ibunda Weny silfina, yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini, serta adik tercinta dan tersayang Azlina Silviani dan Reza Wahyuni.
7. Jajaran Dosen dan staff Fakultas Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan bimbingan dan ilmu bermanfaat.
8. Seluruh staff Maskapai Citilink yang telah memberikan dukungan dalam pengambilan data dan izin dilokasi.
9. Serta seluruh pihak yang telah memberikan bantuan yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, Terima kasih yang sebanyak-banyaknya dan hanya doa yang dapat Penulis panjatkan semoga Allah SWT selalu memberikan yang terbaik. Penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak dan mohon maaf apabila terdapat kesalahan yang disengaja maupun yang tidak disengaja.

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb.**

Yogyakarta, 15 Juni 2016

Angga Pratama

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II</b>	
<b>KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI</b> .....	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Landasan Teori.....	9
2.3 Kerangka Pemikiran.....	18
<b>BAB III</b> .....	<b>19</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>19</b>
3.1 Lokasi Penelitian.....	19
3.2 Responden Penelitian.....	19
3.3 Populasi dan Sampel .....	19
3.4 Teknik Pengambilan Sampel .....	20
3.5 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	20
3.6 Definisi Operasional variabel .....	21
3.7 Pengukuran Variabel dengan Skala Likert.....	22

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen-Instrumen Penelitian .....	24
3.9 Metode Analisis Data.....	26
<b>BAB IV .....</b>	<b>30</b>
<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	30
4.2 Analisis Deskriptif Responden.....	33
4.3 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian .....	35
4.5 Pembahasan.....	57
<b>BAB V.....</b>	<b>61</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
5.1 Kesimpulan .....	61
5.2 Saran .....	61
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.....	23
Interval Skala .....	23
Tabel 4.1.....	30
Hasil Uji Validitas.....	30
.....	30
Tabel 4.2.....	32
Hasil Uji Reabilitas .....	32
Tabel 4.3.....	33
Jenis Kelamin Responden .....	33
Tabel 4.4.....	34
Usia Responden.....	34
Tabel 4.534	
Jenjang Pendidikan Responden.....	34
Tabel 4.736	
Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Tangibles .....	36
Tabel 4.8.....	37
Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Reliability .....	37
Tabel 4.9.....	38
Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Responsiveness.....	38
Tabel 4.10.....	39
Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Assurance .....	39
Tabel 4.11 .....	40
Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Emphaty.....	40
Tabel 4.12.....	42
Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Tangibles .....	42
Tabel 4.13.....	43
Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Reliability .....	43
Tabel 4.14.....	44
Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Responsiveness.....	44
Tabel 4.15.....	45
Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Assurance .....	45
Tabel 4.16.....	46
Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Emphaty.....	46
4.4 Analisis Importance Performance Analysis .....	47
Tabel 4.16.....	48

Hasil Analisis Servqual .....	48
Tabel 4.17 .....	51
Titik Potong Masing-Masing Indikator Dan Titik Potong Diagram Kartesius.....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 .....	53
Hasil Analisis Diagram Kartesius .....	53

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1 .....	65
KUESIONER PENELITIAN .....	65
LAMPIRAN 2 .....	69
DATA PENELITIAN.....	69
LAMPIRAN 3 .....	78
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....	78



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Kemajuan zaman dan teknologi menuntut sebuah perusahaan untuk memiliki daya saing yang kuat di tengah ketatnya persaingan di era globalisasi saat ini. Dalam rangka memenangkan persaingan sebuah perusahaan dituntut untuk memberikan tingkat pelayanan yang baik sehingga memberikan tingkat kepuasan yang baik pula bagi para konsumen. Hal ini tentu sejalan dengan tujuan dari sebuah perusahaan yakni mencari keuntungan dengan cara memberikan kepuasan kepada para konsumennya. Bentuk tingkat pelayanan yang dapat diberikan adalah dengan memberikan barang atau jasa dengan kualitas yang baik.

Globalisasi dan pertumbuhan penduduk yang tinggi pada saat ini mengakibatkan tingginya permintaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan mobilitas penduduk. Yu, Chang, dan Huang, (2006) mengatakan bahwa persaingan suatu perusahaan khususnya pada sektor jasa telah melejit pada suatu tingkat yang mengkhawatirkan. Permintaan atas jasa pada saat ini semakin meningkat terutama pada bidang komunikasi, informasi dan terutama transportasi. Hal ini tentu mengharuskan sebuah perusahaan yang bergerak bidang komunikasi, informasi dan transportasi untuk terus melakukan inovasi-inovasi pada operasionalnya agar terus mampu melayani permintaan jasa yang tinggi dan bersaing dengan perusahaan lainnya.

Ketatnya persaingan antar penyedia jasa mengharuskan mereka untuk mampu mempertahankan konsumen. Konsumen atau pengguna jasa akan menggunakan jasa dari suatu perusahaan yang mampu menawarkan kualitas jasa yang baik sehingga konsumen akan menggunakan jasa perusahaan tersebut lagi. Kotler (2005) berpendapat bahwa kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen tersebut. Jadi dengan kata lain persepsi konsumen inilah yang mempengaruhi nilai dari suatu produk jasa.

Perusahaan penyedia jasa yang sangat dibutuhkan saat ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang transportasi. Hal ini diakibatkan karena tingkat pertumbuhan penduduk dan ekonomi yang tinggi sehingga berdampak pada tingginya mobilitas penduduk. Mobilitas penduduk yang tinggi inilah yang menjadikan perusahaan penyedia jasa transportasi sangat dibutuhkan. Kondisi geografis Negara Indonesia yang merupakan negara kepulauan yang memiliki banyak pulau-pulau membutuhkan transportasi yang efektif dan efisien. Hal ini menjadikan penyedia jasa transportasi penerbangan salah satu jasa yang sangat dibutuhkan. Salah satu perusahaan jasa di bidang penerbangan komersial adalah PT. Citilink Indonesia yang merupakan anak perusahaan penerbangan dari PT Garuda Indonesia Tbk

PT. Citilink Indonesia berdiri pada tahun 2001 yang awalnya merupakan *Strategic Business Unit* dari PT Garuda Indonesia Tbk yang bergerak pada segmen *Low Cost Carrier* (LCC). Persaingan yang ketat pada segmen LCC ini menjadikan Citilink Indonesia melakukan inovasi dengan

menurunkan harga dan membuka rute baru dengan *focus region* Indonesia bagian Timur. Inovasi lainnya adalah membuka rute yang awalnya merupakan rute transit (*point to point*) diganti menjadi rute langsung. Pada tahun 2011, PT Garuda Indonesia Tbk memutuskan melepas PT. Citilink menjadi perusahaan yang berdiri sendiri dan fokus pada segmen *Low Cost Carrier* (LCC). Pada tahun 2012 PT. Citilink Indonesia resmi menjadi *airline* sendiri sebagai LCC modern dan hingga saat ini PT. Citilink Indonesia telah melayani 70 rute domestik dan 16 rute regional.

Inovasi PT. Citilink Indonesia yang mengadakan rute baru yang awalnya merupakan rute *transit* menjadi rute langsung merupakan salah satu bentuk inovasi dan pelayanan kepada para konsumen dalam rangka bentuk persaingan dengan maskapai penerbangan lainnya. Salah satu rute langsung yang dibuka oleh PT. Citilink Indonesia adalah rute PP Pekanbaru-Yogyakarta. Seperti yang diketahui Yogyakarta merupakan salah satu tujuan wisata di Indonesia dan terkenal sebagai kota pelajar yang datang dari berbagai daerah di Indonesia.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk meneliti tingkat kinerja pada maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Yogyakarta dan bagaimana tingkat kepentingan maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Yogyakarta. Oleh karena itu judul yang penulis angkat adalah **“Analisis Kualitas Pelayanan dengan Metode *Importance-Performance* pada Maskapai Penerbangan Citilink Rute Pekanbaru-Yogyakarta”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

1. Bagaimanakah tingkat kepuasan yang dinilai dari *performance* dan *importance* maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Yogyakarta?
2. Bagaimanakah strategi peningkatan pelayanan yang dilakukan oleh maskapai Citilink rute Pekanbaru-Yogyakarta dalam memberikan pelayanan kepada penumpang?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dinilai dari *performance* dan *importance* maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui strategi peningkatan pelayanan yang dilakukan oleh maskapai Citilink rute Pekanbaru-Yogyakarta dalam memberikan pelayanan kepada penumpang.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Dengan penelitian diharapkan dapat mendapatkan pengetahuan teoritis dan pengalaman praktis di dunia bisnis yang nyata.

2. Bagi perusahaan

Penelitian dapat dijadikan sumber informasi untuk bahan pertimbangan bagi PT. Citilink Indonesia untuk menentukan strategi

pengambilan keputusan mengenai peningkatan kualitas jasa sesuai yang diinginkan oleh penumpang demi meningkatkan keuntungan perusahaan.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat menambah informasi untuk dijadikan bahan referensi untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

**Wardhani (2006)** melakukan penelitian dengan judul "*Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Jasa Penerbangan (Studi Kasus Pada Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Semarang-Jakarta)*". Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis sejauh mana kesesuaian antara tingkat kepentingan atribut-atribut kualitas pelayanan (*service quality*) menurut konsumen jasa penerbangan Garuda Indonesia dengan kinerja yang telah dilakukan oleh PT. Garuda Indonesia. Analisis data yang dilakukan menggunakan analisis *Importance performance Analysis (IPA)*. Sampel yang diambil sebanyak 100 sampel dengan teknik *accidental sampling*. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa untuk menjaga kepuasan konsumen penerbangan PT. Garuda Indonesia harus meningkatkan daya beli konsumen, memperluas pangsa pasar dan mempertahankan konsumen untuk tidak beralih pada maskapai penerbangan lain.

**Manullang (2008)** mengadakan penelitian dengan judul "*Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) secara parsial maupun simultan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui pengaruh yang dominan dari kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*)

terhadap tingkat kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 96 orang dari total 2300 populasi. Hasil penelitian adalah kualitas jasa dilihat dari 5 dimensi (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) dengan variabel yang dominan dengan pengaruh signifikan adalah variabel *reliability*.

**Permana (2012)** melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Airlines*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh baik secara simultan maupun parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia Airlines. Populasi dari penelitian ini adalah para konsumen Garuda Indonesia Airlines kelas Ekonomi yang telah menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia Airlines lebih dari satu kali. Teknik pengambilan sampel dengan cara *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Instrumen yang digunakan adalah kuisioner yang dibagikan kepada para responden, dan kemudian dianalisis dengan metode regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah variabel-variabel kualitas pelayanan yang digunakan berpengaruh positif baik secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen.

**Sylvester, et al., (2012)** melakukan penelitian dengan judul “*An Importance–Performance Analysis of Low Cost Carriers in Asia*”. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menyelidiki tingkat kepentingan dan kinerja dari 11 atribut untuk penerbangan jarak pendek dan jarak jauh operator murah di Asia. Penelitian ini menggunakan aspek *Servqual* yang terdiri dari *Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, dan Tangibles*. Hasil menemukan bahwa tiket pesawat dan persepsi keamanan yang dianggap sebagai atribut yang paling berharga untuk *Low Cost Carriers (LCC)* jarak pendek dan LCC jarak jauh. Analisis *importance-performance* juga mengungkapkan bahwa LCC harus mempertahankan kinerja yang baik dalam bidang-bidang seperti jadwal, persepsi keamanan, tiket pesawat, dan ketepatan waktu. Hal ini juga menemukan bahwa lebih banyak upaya harus dikhususkan dalam meluruskan kesalahpahaman murah, berkualitas rendah dan memperkuat citra murah, kualitas tinggi.

**Sari, et al., (2014)** melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dilihat dari Dimensi Kualitas Pelayanan dan Harga PT. Garuda Indonesia Airlines (Persero), Tbk Kantor Cabang Semarang*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan dan harga PT. Garuda Indonesia Airlines (Persero). Tbk Branch Office Semarang yang dilihat dari dimensi kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) dan dimensi harga. Tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*. Populasi dalam penelitian ini adalah semua



penumpang Garuda Airlines dengan sampel sebanyak 100 sampel dan teknik pengambilan sampel secara *accidental sampling* dan *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan rata-rata total untuk kualitas pelayanan masuk kategori puas (89,10%) dan untuk variabel harga termasuk dalam kategori cukup puas (86,06%).

## **2.2 Landasan Teori**

### **1. Jasa**

Definisi jasa menurut Kotler (2005) adalah setiap kegiatan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Zeithaml dan Berry seperti dikutip Yazid (1999) jasa adalah mencakup semua aktivitas ekonomi yang output nya bukan produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama, dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk (kenyamanan, liburan, kecepatan dan kesehatan) yang secara prinsip intangible bagi para pembeli pertamanya.

Stanton (2001), jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, yang pada hakekatnya bersifat tak teraba (*intangible*) yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain. Untuk menghasilkan jasa mungkin perlu atau mungkin pula tidak diperlukan penggunaan benda nyata (*tangible*), akan tetapi, sekalipun penggunaan benda itu perlu, namun tidak terdapat adanya pemindahan hak milik

atas benda tersebut (pemilikan permanen).Jasa memiliki empat karakteristik utama menurut Stanton (2001) sebagai berikut:

- a. Tidak berwujud (*intangible*), merupakan karakteristik jasa yang tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa tersebut dikonsumsi atau digunakan. Jika konsumen membeli suatu jasa maka ia hanya dapat menggunakan, memanfaatkan, atau menyewa jasa tersebut. Untuk mengurangi ketidakpastian konsumen akan memperhatikan tanda atau bukti pelayanan jasa dari tempat, orang, peralatan, bahan komunikasi dan harganya.
- b. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*), umumnya jasa yang dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan saat konsumen membeli jasa itu.
- c. Variabilitas (*variability*), jasa sangat bervariasi karena tergantung pada siapa yang menyediakan dan kapan serta dimana jasa itu digunakan.
- d. Tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan (*perishability*), jasa merupakan sesuatu yang tidak dapat disimpan.

Sedangkan Griffin dalam Lupiyoadi (2001) menyatakan karakteristik jasa adalah sebagai berikut :

- a. *Intangibility* (tidak berwujud), jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting hal ini adalah nilai tidak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan atau rasa aman.

- b. *Unstorability*, jasa yang tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga tidak dapat dipisahkan (*inseparability*) mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersama.
- c. *Customization*, Jasa juga sering kali di desain khusus untuk kebutuhan pelanggan, sebagaimana pada jasa asuransi dan kesehatan.

## **2. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kotler (2005) menyebutkan pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, sedangkan Umar (2003) dalam Manullang (2008) menyebutkan pelayanan adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain serta kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan hidup mereka.

Tjiptono (2001) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan sendiri dapat diartikan bagaimana pelayanan yang mereka terima apabila dibandingkan dengan persepsi yang mereka pikirkan. Apabila kualitas jasa yang dihasilkan dan dirasakan pelanggan sesuai dengan persepsi atau harapan pelanggan maka kualitas pelayanan dapat dikatakan baik, dengan kondisi ideal tentunya apabila jasa melebihi persepsi atau harapan pelanggan. Sebaliknya apabila kualitas jasa yang dirasakan lebih

rendah atau jelek dibandingkan persepsi dan harapan maka kualitas pelayanan dapat dikatakan buruk. Dapat disimpulkan baik dan buruknya kualitas pelayanan dinilai dari kemampuan penyedia jasa memenuhi kebutuhan dan melebihi persepsi pelanggan secara berkelanjutan.

### **3. Metode Pelayanan Jasa**

Dalam studi Yu, Chang dan Huang (2006) menggunakan pelayanan jasa (SERVQUAL) yang dijabarkan dalam 21 item jasa yang untuk mengukur kepuasan pelanggan. Dan pengukuran diatas juga digunakan peneliti dalam mengukur pelayanan jasa di dalam penelitian ini. Menurut Tjiptono, (2001) pelayanan jasa diukur dengan lima dimensi, yaitu:

- a. Reliability (kehandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- b. Responsiveness (daya tanggap), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (reponsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
- c. Assurance (jaminan), yaitu pengetahuan, keesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- d. Emphaty (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

- e. Tangibles (bukti fisik), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

#### **4. Kepuasan Pelanggan terhadap Produk dan Jasa**

Kotler (2005) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Yu, Chang dan Huang (2006), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sebagai evaluasi pelanggan setelah berperilaku membeli pada tempat dan waktu tertentu. Kepuasan pelanggan juga akan berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan operasional dari perusahaan itu sendiri.

Sejumlah metode diadakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Yu, Chang dan Huang (2006) mengungkapkan bahwa secara umum ada dua metode, (1) Item tunggal, dimana hasil dari hasil kepuasan menyeluruh setelah konsumen menggunakan produk-produk dengan item kepuasan tunggal. (2) Item jamak, dimana pengukuran kepuasan individu dari produk-produk dengan skala umum dan menjumlahkan kepuasan menyeluruh.

Menurut Tjiptono(2001), memberikan definisi mengenai kepuasan dan ketidakpuaasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidakpuasan dan yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut Tjiptono(2001) :

a. Sistem keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya pada para pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang biasanya digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan pada tempat-tempat yang strategis. Informasi ini dapat memberikan ide-ide dan masukan kepada perusahaan dan memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang ada.

b. *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dengan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

c. *Lost customer analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok, yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut, informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan-kebijakan selanjutnya yang akan diambil oleh konsumen.

d. Survei kepuasan konsumen

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilaksanakan dengan penelitian survei, melalui penelitian survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga penelitian survei dapat memberikan tanda positif bagaimana perusahaan menaruh perhatian pada pelanggannya.

### **5. Konsep *Importance Performance***

*Importance Performance Analysis* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James pada tahun 1977. Pada teknik ini responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan dan nilai rata-rata kedua hal tersebut dianalisis menggunakan kuadran atau matrik. Pada saat ini metode analisis *importance-performance* telah banyak digunakan pada berbagai bidang kajian karena mudah diterapkan dan mampu memudahkan untuk usulan perbaikan kerja. *Importance Performance Analysis* menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka dan faktor-faktor pelayanan menurut konsumen yang perlu ditingkatkan.

*Importance Performance Analysis* menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi. Dalam penelitian ini ada dua buah variabel yang diwakilkan oleh X dan Y, dimana X merupakan skor penilaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dan Y merupakan skor penilaian kepentingan konsumen. Merujuk pada penerapan *Importance Performance*

*Analysis* dihasilkan empat kuadran yang berisi empat kemungkinan kelompok aspek-aspek yang diteliti, yaitu sebagai berikut ini :

- a. Kuadran I, “*Keep up the good work*”: Memiliki skor yang tinggi baik dari sisi tingkat kepentingan maupun kinerjanya. Aspek-aspek pada kategori ini merupakan aspek-aspek yang ideal, karena ini menunjukkan bahwa organisasi memiliki keunggulan di bidang-bidang yang dianggap penting oleh pelanggan.
- b. Kuadran II, “*Posible overkill*”: Skor tingkat kepentingan tinggi namun skor kinerja rendah. Hasil menunjukkan bahwa organisasi terlalu banyak terfokus pada aspek-aspek yang berdampak kecil terhadap kepuasan pelanggan, sehingga sumberdaya yang semula dialokasikan pada aspek-aspek lain yang memiliki skor tingkat kepentingan tinggi namun kinerjanya rendah.
- c. Kuadran III, “*Low priority*”: Baik skor tingkat kepentingan maupun kinerja bernilai rendah. Aspek-aspek yang termasuk ke dalam kelompok ini dapat diabaikan dari perhatian manajemen di masa-masa mendatang.
- d. Kuadran IV, “*Concentrate here*”: Memiliki skor yang tinggi dari sisi tingkat kinerja namun memiliki skor yang rendah dari sisi kepentingan. Hasil ini menunjukkan letak kurang puasnya para pelanggan.

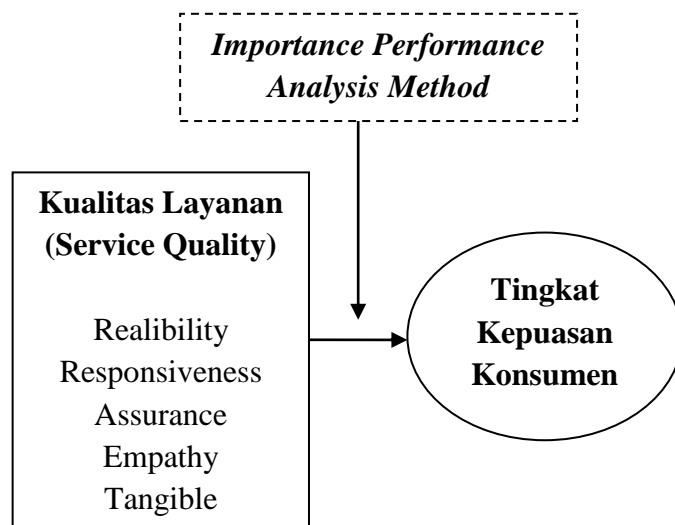
Menurut Rangkuti (2009), pada penerapan *Importance Performance Analysis* dan strategi yang akan dilakukan mengenai empat kuadran yaitu sebagai berikut ini :



- a. Kuadran I, ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel yang masuk kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk/jasa tersebut unggul di mata pelanggan.
- b. Kuadran II, ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.
- c. Kuadran III, ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.
- d. Kuadran IV, ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang pelanggan harapkan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk kuadran ini harus ditingkatkan. Caranya adalah perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus, sehingga *performance* variabel yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian pustaka dan landasan teori yang telah dijelaskan, dapat dilihat bahwa pentingnya jasa terhadap aktivitas penduduk. Hal ini menjadikan penyedia jasa harus memiliki kualitas pelayanan yang baik dan berkualitas. Kualitas layanan yang baik dapat ditinjau dari beberapa aspek, yaitu *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible*. Kualitas layanan yang diberikan nantinya akan berpengaruh terhadap persepsi konsumen yang nantinya mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen itu sendiri. Kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat dijelaskan seperti pada gambar 1.



**Gambar 1.**  
**Kerangka Pemikiran**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah Bandara Adi Sucipto, Yogyakarta dan yang diteliti adalah penumpang pesawat Citilink rute Pekanbaru-Yogyakarta.

#### **3.2 Responden Penelitian**

Responden penelitian ini adalah sebagian penumpang penerbangan pesawat Citilink rute Pekanbaru-Yogyakarta.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan dari wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008:73). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau penumpang yang telah menggunakan jasa penerbangan pesawat Citilink rute Pekanbaru-Yogyakarta minimal 3 kali penerbangan.

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data, di mana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki oleh suatu populasi (Siregar, 2013:56). Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian konsumen atau penumpang pesawat Citilink jurusan Pekanbaru-Yogyakarta dengan jumlah sampel sebanyak 100 sampel. Jumlah sampel sebanyak 100 ini dinilai cukup untuk dapat mewakili responden, karena menurut Sugiyono

(2008:74), berdasarkan distribusi normal jumlah sampel diatas 30 sudah dapat menggambarkan populasi dan analisis.

### **3.4 Teknik Pengambilan Sampel**

Pengambilan sampel dilakukan pada waktu yang telah ditentukan sehingga para penumpang pada waktu yang telah ditentukan digunakan sebagai sampel. Metode sampel yang digunakan termasuk dalam kategori *probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Penggunaan metode ini dikarenakan tiap elemen dalam populasi diketahui peluangnya untuk dijadikan sampel yang secara kebetulan ditemui pada saat dilakukan penelitian.

### **3.5 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Jenis Data**

Jenis data dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder. Siregar (2013) menjelaskan bahwa data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat obyek penelitian yang dilakukan, sedangkan data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya. Data Primer pada penelitian ini adalah berupa rekapitulasi data kuisisioner yang disebarakan, sedangkan data sekunder yang digunakan adalah mengenai jam keberangkatan, lama perjalanan dan perkiraan datang.

## b. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuisisioner yang disebarakan secara langsung kepada para penumpang. Jawaban dari para penumpang (responden) menjadi data yang akan digunakan pada penelitian ini

### 3.6 Definisi Operasional variabel

#### 1. Kinerja Kualitas Jasa

Yu, Chang, dan Huang (2006) berpendapat bahwa kualitas jasa merupakan interaksi dari semua faktor yang menjaga dari proses penciptaan jasa yang disediakan untuk konsumen. Yu, Chang, dan Huang (2006) mengungkapkan untuk menilai kualitas jasa dengan kenyataan yang dirasakan oleh konsumen :

##### 1. Keandalan (Reliability)

- Ketepatan waktu keberangkatan
- Ketepatan waktu sampai ditujuan
- Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu
- Keamanan (Safety)

##### 2. Jaminan (Assurance)

- Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya
- Pramugari bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang
- Pramugari dan pramugara bersikap ramah dan sopan

- Pilot bertanggung jawab terhadap kelancaran dan keselamatan penerbangan
- 3. Empati (Empaty)
  - Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang
  - Pelayanan yang ramah dan sopan
  - Petugas memberikan kesan yang baik kepada penumpang
- 4. Berwujud (Tangible)
  - Kebersihan pesawat
  - Kerapian penampilan karyawan pesawat Citilink
  - Tersedianya fasilitas yang baik.
  - Jumlah Pesawat yang memadai

### **3.7 Pengukuran Variabel dengan Skala Likert**

Menurut Siregar (2013), skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu obyek atau fenomena tertentu. Dalam penelitian fenomena ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Variabel ini kemudian menjadi dimensi penelitian dan kemudian menjadi indikator penelitian yang akhirnya menjadi subindikator yang merupakan tolak ukur untuk membuat suatu pertanyaan yang dijawab responden. Respon yang cenderung tinggi mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dan sebaliknya respon yang cenderung rendah mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan yang rendah. Berikut ini kategori-kategori dari skala Likert :

Kategori :

SS = Sangat Setuju dengan skor = 4

S = Setuju dengan skor = 3

TS = Tidak Setuju dengan skor = 2

STS = Sangat Tidak Setuju dengan skor = 1

Skala Likert ini kemudian manakala individu yang bersangkutan dengan menambahkan bobot dari jawaban yang dipilih. Nilai rata-rata dari masing-masing responden dari kelas interval dengan jumlah kelas sama dengan 4 sehingga dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Max} - \text{Nilai Min}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Adapun kategori dari masing-masing interval adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

**Interval Skala**

<b>Interval</b>	<b>Keterangan</b>
1,00 s/d 1,74	Sangat Rendah
1,75 s/d 2,49	Rendah
2,50 s/d 3,24	Tinggi
3,25 s/d 4,00	Sangat Tinggi

### 3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen-Instrumen Penelitian

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (Siregar,2013). Pengujian validitas dilakukan dengan metode korelasi yaitu dengan melihat angka koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) pada item korelasi yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total. Dengan jumlah sampel uji coba kuesioner sebanyak 30 responden, sehingga derajat keyakinan digunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ , selanjutnya dilakukan analisis korelasi antara skor pertanyaan dengan skor total. Apabila nilai  $r_{xy} > r\text{-tabel} = 0,195$ , maka dapat dinyatakan item tersebut valid. Selanjutnya kuesioner tersebut akan digunakan dalam penelitian. Formula untuk menghitung koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) adalah sebagai berikut (Santoso, 2005 : 268):

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antar skor butir (X) dan skor variable (Y)

N = jumlah responden yang diuji coba

$\sum X$  = jumlah skor butir (X)

$\sum Y$  = jumlah skor variable (Y)

$\sum X^2$  = jumlah skor butir (X) kuadran



## 2. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana satu alat pengukur dapat menunjukkan dipercaya atau tidak (Santosa, 2005 : 273). Untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Santoso, 2005 : 269). Untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *cronbach alpha*, dengan jumlah sampel uji coba kuesioner sebanyak 30 responden. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai  $r_{\alpha} > 0,60$ . Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer *SPSS for Windows Release 13.00*. Formula untuk menghitung koefisien *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut (Santoso, 2005 : 269).

$$\alpha = \left[ \frac{b}{(b-1)} \right] \left[ \frac{V_t - \sum V_i}{V_t} \right]$$

- Keterangan:
- $\alpha$  = *Cronbach Alpha*
  - b = Banyaknya butir angket
  - $V_t$  = Varian skor total
  - $V_i$  = Varian butir  $i=1,2,\dots,n$

### 3.9 Metode Analisis Data

#### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah analisis variabel penelitian dari jawaban para responden atas kuesioner yang diberikan dan distribusi frekuensi responden dan analisis strategi pelayanan

#### 2. Analisis Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

*Importance Performance Analysis* digambarkan dalam grafik X dan Y dengan menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. Dalam penelitian ini ada dua buah variabel yang diwakilkan oleh X dan Y, dimana X merupakan skor penilaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dan Y merupakan skor penilaian kepentingan konsumen. X (kepentingan) lebih besar atau sama besar dari Y (kinerja) maka konsumen puas tetapi apabila lebih kecil, maka konsumen tidak puas.

Rumus yang digunakan :

$$TK_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan :

TK<sub>i</sub> = Tingkat kesesuaian responden.

X<sub>i</sub> = Skor penilaian kinerja perusahaan.

Y<sub>i</sub> = Skor penilaian kepentingan konsumen.

Maka untuk setiap atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu dengan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

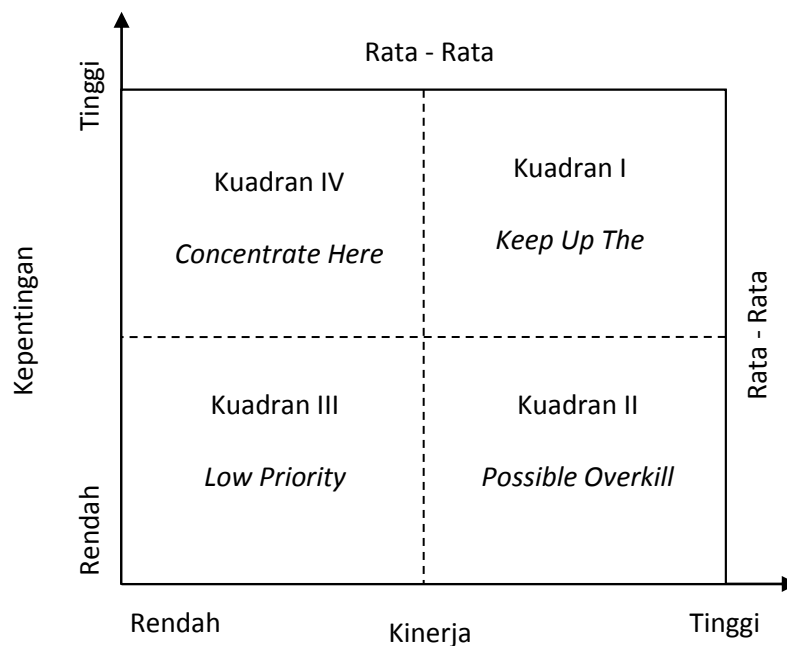
$\bar{X}$  = Skor rata-rata kinerja atau pelaksanaan

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata kepentingan konsumen

Penelitian terdapat empat faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga K = 4. Rumus yang digunakan :

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{X}_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum \bar{Y}_i}{n}$$

K = banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi konsumen.



**Gambar 3.1**

**Matrik *Importance Performance Analysis***

Grafik *Importance Performance Analysis* dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *Importance-Performance* sebagaimana terlihat pada Gambar 3.1. *Importance Performance Analysis* menghasilkan empat kuadran yang berisi empat kemungkinan kelompok aspek-aspek yang diteliti, yaitu sebagai berikut ini :

- e. Kuadran I, "*Keep up the good work*": Memiliki skor yang tinggi baik dari sisi tingkat kepentingan maupun kinerjanya. Aspek-aspek pada kategori ini merupakan aspek-aspek yang ideal, karena ini menunjukkan bahwa organisasi memiliki keunggulan di bidang-bidang yang di anggap penting oleh pelanggan.
- f. Kuadran II, "*Posible overkill*": Skor tingkat kepentingan tinggi namun skor kinerja rendah. Hasil menunjukkan bahwa organisasi terlalu banyak terfokus pada aspek-aspek yang berdampak kecil terhadap kepuasan pelanggan, sehingga sumberdaya yang semula dialokasikan pada aspek-aspek lain yang memiliki skor tingkat kepentingan tinggi namun kinerjanya rendah.
- g. Kuadran III, "*Low priority*": Baik skor tingkat kepentingan maupun kinerja bernilai rendah. Aspek-aspek yang termasuk ke dalam kelompok ini dapat diabaikan dari perhatian manajemen di masa-masa mendatang.
- h. Kuadran IV, "*Concentrate here*": Memiliki skor yang tinggi dari sisi tingkat kinerja namun memiliki skor yang rendah dari sisi kepentingan. Hasil ini menunjukkan letak kurang puasny para pelanggan.

Secara umum, langkah-langkah *Importance Performance Analysis* adalah sebagai berikut ini (Magal dan Lavenburg, 2005).

- 1) Pertama, mengidentifikasi elemen-elemen/aspek-aspek kritis yang akan dievaluasi.
- 2) Kedua, mengembangkan instrumen survey yang digunakan untuk mendapatkan penilaian tingkat kepentingan serta kinerja dari elemen-elemen/aspek-aspek yang diperoleh di langkah [1].
- 3) Ketiga, menghitung nilai rata-rata tingkat kepentingan serta kinerja masing-masing elemen.
- 4) Keempat, rata-rata nilai tingkat kepentingan serta kinerja tersebut kemudian diplot ke dalam matrik dua dimensi; biasanya sumbu vertikal mewakili nilai rata-rata tingkat kepentingan dan sumbu horizontal mewakili nilai rata-rata kinerja.

## 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  $r_{hitung}$  ( $r_{xy}$ ) pada taraf signifikansi 5%. Nilai  $r_{tabel}$  dengan jumlah responden sebanyak 100 responden diperoleh nilai sebesar 0.201. Nilai sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Hasil uji validitas dapat dilihat dalam tabel seperti dibawah ini

**Tabel 4.1**

#### Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	$r_{hitung}$ Kinerja	$r_{hitung}$ Kepentingan	$r_{tabel}$	Kesimpulan
Tangibles	1	0.889	0,803	0.201	Valid
	2	0.854	0,914		Valid
	3	0.875	0,903		Valid
	4	0,232	0,898		Valid

Reliability	1	0.813	0,946	0.201	Valid
	2	0.813	0,952		Valid
	3	0.810	0,951		Valid
	4	0.853	0,906		Valid
Responsiveness	1	0.768	0,911	0.201	Valid
	2	0.818	0,980		Valid
	3	0.831	0,871		Valid
	4	0.717	0,844		Valid
Assurance	1	0.646	0,871	0.201	Valid
	2	0.648	0,794		Valid
	3	0,862	0,846		Valid
	4	0.859	0,837		Valid
Emphaty	1	0,943	0,899	0.201	Valid
	2	0.828	0,881		Valid
	3	0,867	0,886		Valid
	4	0,884	0,845		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 Reliabilitas

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 reliabel. Jika *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan tidak reliabel (Ghozali, 2005).

**Tabel 4.2**

#### Hasil Uji Reabilitas

<b>Variabel</b>	<b>Nilai Cronbach Alfa Kinerja</b>	<b>ilai Cronbach Alfa Kepentingan</b>	<b>Kesimpulan</b>
<i>Tangibles</i>	0.734	0,901	Reliabel
<i>Reliability</i>	0.840	0,955	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0.772	0,900	Reliabel
<i>Assurance</i>	0.769	0,856	Reliabel
<i>Emphaty</i>	0.901	0,901	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	54	54
Perempuan	46	46
Total	100	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 54 orang atau 54% dan perempuan sebanyak 46 orang atau 46%. Dengan demikian, responden terbanyak adalah laki-laki dengan 54%.

### 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	50	50
31 – 40 tahun	29	29
41 – 50 tahun	16	16
>51 tahun	5	5
Total	100	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 < 20 tahun sebesar 50 responden atau 50 %.

#### 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
SD	0	0
SMP	0	0
SMA	9	9
D3	35	35
S1	51	51
S2/S3	5	5
Total	100	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 51%.

#### 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:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Max} - \text{Nilai Min}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Adapun kategori dari masing-masing interval adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.6**

#### **Interval Skala**

<b>Interval</b>	<b>Keterangan</b>
1,00 s/d 1,74	Sangat Tidak Setuju
1,75 s/d 2,49	Tidak Setuju
2,50 s/d 3,24	Setuju
3,25 s/d 4,00	Sangat Setuju

### 4.3.1 Analisis Penilaian Variabel Penelitian Kinerja Kualitas Layanan

#### a. Tangibles

Hasil penilaian responden terhadap variable tangibles adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7**

**Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Tangibles**

<b>Atribut Tangibles</b>	<b>Persepsi</b>	<b>Kriteria</b>
bersihan pesawat	3,70	Sangat bersih
kerapian penampilan karyawan pesawat Citilink	3,58	Sangat rapi
sedianya fasilitas yang baik.	3,64	Sangat baik
Jumlah Pesawat yang memadai	3,71	Sangat memadai
<b>Rata-rata</b>	<b>3.66</b>	Sangat Setuju

**Sumber : Data Diolah**

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,66 dan nilai tersebut kategori sangat setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable tangibles adalah sangat setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel tangibles tertinggi adalah pada indikator jumlah pesawat yang memadai dengan rata – rata sebesar 3,71 dan penilaian terendah adalah pada indikator Kerapian penampilan karyawan pesawat Citilink yaitu dengan rata – rata sebesar 3,58.

#### b. Reliability

Hasil penilaian responden terhadap variable reliability adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.8**

**Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Reliability**

<b>Atribut Reliability</b>	<b>Persepsi</b>	<b>Kriteria</b>
Ketepatan waktu keberangkatan	3,46	Sangat tepat
Ketepatan waktu sampai ditujuan	3,38	Sangat tepat
Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu	3,67	Sangat cepat
Keamanan (Safety)	3,68	Sangat aman
<b>Rata-rata</b>	<b>3.55</b>	Sangat Setuju

**Sumber : Data Diolah**

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,85 dan nilai tersebut kategori sangat setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable reliability adalah setuju. Sedangkan penilaian respoden pada variabel reliability tertinggi adalah pada indikator keamanan dengan rata – rata sebesar 3,68 dan penilaian terendah adalah pada indikator ketepatan waktu yaitu dengan rata – rata sebesar 3,38

**c. Responsiveness**

Hasil penilaian responden terhadap variable responsiveness adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.9**

**Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Responsiveness**

<b>Atribut Responsiveness</b>	<b>Persepsi</b>	<b>Kriteria</b>
nampaun karyawan yang cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan	3,45	Sangat cepat
nampaun karyawan yang tanggap menyelesaikan permasalahan kepada pelanggan	3,65	Sangat tanggap
yawan responsif terhadap permintaan pelanggan	3,62	Sangat responsif
dakan yang cepat ketika terjadi delay	3,21	cepat
<b>Rata-rata</b>	<b>3,51</b>	<b>Setuju</b>

**Sumber : Data Diolah**

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,51 dan nilai tersebut kategori sangat setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable responsiveness adalah sangat setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel responsiveness tertinggi adalah pada indikator Kemampaun karyawan yang tanggap menyelesaikan permasalahan kepada pelanggan sebesar 3,65 dan penilaian terendah adalah pada indikator Tindakan yang cepat ketika terjadi delay yaitu dengan rata – rata sebesar 3,21.

**d. Assurance**

Hasil penilaian responden terhadap variable assurance adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.10**

**Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Assurance**

<b>Atribut Assurance</b>	<b>Persepsi</b>	<b>Kriteria</b>
pramugari bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang	3,70	Sangat aman
pramugari dan pramugara bersikap ramah dan sopan	3,55	Sangat ramah
pramugari bertanggung jawab terhadap kelancaran dan keselamatan penerbangan	3,55	Sangat baik
jaminan uang kembali ketika penerbangan dibatalkan	3,53	Sangat Setuju
<b>Rata-rata</b>	<b>3.58</b>	Sangat Setuju

**Sumber : Data Diolah**

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,58 dan nilai tersebut kategori sangatsetuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable assurance adalah sangat setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel assurance tertinggi adalah pada indikator Pramugari bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang sebesar 3,70 dan penilaian terendah adalah pada indikator Jaminan uang kembali ketika penerbangan dibatalkan yaitu dengan rata – rata sebesar 3,53.

#### e. Emphaty

Hasil penilaian responden terhadap variable emphaty adalah sebagai berikut

**Tabel 4.11**

#### **Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Emphaty**

<b>Atribut Emphaty</b>	<b>Persepsi</b>	<b>Kriteria</b>
Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang	3,73	Sangat baik
Pelayanan yang ramah dan sopan	3,66	Sangat ramah
Petugas memberikan kesan yang baik kepada penumpang	3,73	Sangat baik
Karyawan memberi layanan dengan adil tanpa membedakan status social	3.70	Sangat baik
<b>Rata-rata</b>	<b>3,71</b>	Sangat Setuju

**Sumber : Data Diolah**

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,71 dan nilai tersebut kategori sangat setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable emphaty adalah sangat setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel emphaty tertinggi adalah pada Petugas memberikan kesan yang baik kepada penumpang dan Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang sebesar 3,73 dan penilaian terendah adalah pada



indikator Pelayanan yang ramah dan sopan yaitu dengan rata – rata sebesar 3,66.

#### **4.3.2 Analisis Penilaian Variabel Penelitian Kepentingan Responden Terhadap Kualitas Layanan**

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:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Max} - \text{Nilai Min}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Adapun kategori dari masing-masing interval adalah sebagai berikut

1,00 s/d 1,74	Sangat Tidak Setuju
1,75 s/d 2,49	Tidak Setuju
2,50 s/d 3,24	Setuju
3,25 s/d 4,00	Sangat Setuju

##### **a. Tangibles**

Hasil penilaian responden terhadap variable tangibles adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.12**

**Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Tangibles**

<b>Atribut Tangibles</b>	<b>Persepsi</b>	<b>Kriteria</b>
bersihan pesawat	3,51	Sangat bersih
kerapian penampilan karyawan pesawat Citilink	3,61	Sangat rapi
sedianya fasilitas yang baik.	3,57	Sangat baik
Jumlah Pesawat yang memadai	3,54	Sangat memadai
<b>Rata-rata</b>	<b>3.56</b>	Sangat Setuju

**Sumber : Data Diolah**

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,56 dan nilai tersebut kategori sangat setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable tangibles adalah sangat setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel tangibles tertinggi adalah pada indikator Kerapian penampilan karyawan pesawat Citilink dengan rata – rata sebesar 3,61 dan penilaian terendah adalah pada indikator Kebersihan pesawat yaitu dengan rata – rata sebesar 3,51.

**b. Reliability**

Hasil penilaian responden terhadap variable reliability adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.13**

**Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Reliability**

<b>Atribut Reliability</b>	<b>Persepsi</b>	<b>Kriteria</b>
Ketepatan waktu keberangkatan	3,55	Sangat tepat
Ketepatan waktu sampai ditujuan	3,54	Sangat tepat
Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu	3,56	Sangat cepat
Keamanan (Safety)	3,55	Sangat aman
<b>Rata-rata</b>	<b>3.55</b>	Sangat Setuju

**Sumber : Data Diolah**

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,55 dan nilai tersebut kategori sangat setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable reliability adalah sangat setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel reliability tertinggi adalah pada indikator Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu dengan rata – rata sebesar 3,56 dan penilaian terendah adalah pada indikator ketepatan waktu yaitu dengan rata – rata sebesar 3,54

**c. Responsiveness**

Hasil penilaian responden terhadap variable responsiveness adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.14**

**Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Responsiveness**

<b>Atribut Responsiveness</b>	<b>Persepsi</b>	<b>Kriteria</b>
mampuan karyawan yang cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan	3,53	Sangat cepat
mampun karyawan yang tanggap menyelesaikan permasalahan kepada pelanggan	3,51	Sangat tanggap
karyawan responsif terhadap permintaan pelanggan	3,46	Sangat responsif
dakan yang cepat ketika terjadi delay	3,49	cepat
<b>Rata-rata</b>	<b>3,50</b>	Setuju

**Sumber : Data Diolah**

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,50 dan nilai tersebut kategori sangat setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable responsiveness adalah sangat setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel responsiveness tertinggi adalah pada indikator Kemampaun karyawan yang tanggap menyelesaikan permasalahan kepada pelanggan sebesar 3,51 dan penilaian terendah adalah pada indikator Karyawan responsif terhadap permintaan pelanggan yaitu dengan rata – rata sebesar 3,46.

#### d. Assurance

Hasil penilaian responden terhadap variable assurance adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.15**

#### **Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Assurance**

<b>Atribut Assurance</b>	<b>Persepsi</b>	<b>Kriteria</b>
mugari bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang	3,62	Sangat aman
mugari dan pramugara bersikap ramah dan sopan	3,48	Sangat ramah
ot bertanggung jawab terhadap kelancaran dan keselamatan penerbangan	3,29	Sangat baik
hinan uang kembali ketika penerbangan dibatalkan	3.37	Sangat baik
<b>Rata-rata</b>	<b>3.34</b>	Sangat Setuju

**Sumber : Data Diolah**

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,34 dan nilai tersebut kategori sangatsetuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable assurance adalah sangat setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel assurance tertinggi adalah pada indikator Pramugari bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang sebesar 4,48 dan penilaian terendah adalah pada indikator Pilot bertanggung jawab terhadap

kelancaran dan keselamatan penerbangan yaitu dengan rata – rata sebesar 3,29.

**e. Emphaty**

Hasil penilaian responden terhadap variable emphaty adalah sebagai berikut

**Tabel 4.16**

**Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Emphaty**

<b>Atribut Emphaty</b>	<b>Persepsi</b>	<b>Kriteria</b>
Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang	3,54	Sangat baik
Pelayanan yang ramah dan sopan	3,58	Sangat ramah
Petugas memberikan kesan yang baik kepada penumpang	3,65	Sangat baik
Karyawan memberi layanan dengan adil tanpa membedakan status social	3.63	Sangat baik
<b>Rata-rata</b>	<b>3,60</b>	Sangat Setuju

**Sumber : Data Diolah**

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,60 dan nilai tersebut kategori sangat setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable emphaty adalah sangat setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel emphaty tertinggi adalah pada Petugas memberikan kesan yang baik kepada penumpang sebesar 3,65 dan penilaian terendah

adalah pada indikator Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang yaitu dengan rata – rata sebesar 3,54.

#### **4.4 Analisis Importance Performance Analysis**

*Importance Performance Analysis* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James pada tahun 1977. Pada teknik ini responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan dan nilai rata-rata kedua hal tersebut dianalisis menggunakan kuadran atau matrik. Pada saat ini metode analisis *importance-performance* telah banyak digunakan pada berbagai bidang kajian karena mudah diterapkan dan mampu memudahkan untuk usulan perbaikan kerja. *Importance Performance Analysis* menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka dan faktor-faktor pelayanan menurut konsumen yang perlu ditingkatkan.

Importance Performance Analysis menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi. Dalam penelitian ini ada dua buah variabel yang diwakilkan oleh X dan Y, dimana X merupakan skor penilaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dan Y merupakan skor penilaian kepentingan konsumen.. Hasil analisis servqual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.16**

**Hasil Analisis Servqual**

<b>Atribut</b>	<b>Kinerja (X)</b>	<b>Kepentingan (Y)</b>	<b>TKI</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Tangibles</b>				
Kebersihan pesawat	3,7	3,51	105,41%	Puas
Kerapian penampilan karyawan pesawat Citilink	3,58	3,61	99,17%	Tidak Puas
Tersedianya fasilitas yang baik,	3,64	3,57	101,96%	Puas
Jumlah Pesawat yang memadai	3,71	3,54	104,80%	Puas
<b>Rata-rata</b>	<b>3,66</b>	<b>3,56</b>	102,81%	Puas
<b>Reliability</b>				
Ketepatan waktu keberangkatan	3,46	3,55	97,46%	Tidak Puas
Ketepatan waktu sampai tujuan	3,38	3,54	95,48%	Tidak Puas
Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu	3,67	3,56	103,09%	Puas
Keamanan (Safety)	3,68	3,55	103,66%	Puas
<b>Rata-rata</b>	<b>3,55</b>	<b>3,55</b>	100,00%	<b>Netral</b>
<b>Responsiveness</b>				
Kemampuan karyawan yang cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan	3,45	3,53	97,73%	Tidak Puas
Kemampuan karyawan yang tanggap menyelesaikan permasalahan kepada pelanggan	3,65	3,51	103,99%	Puas
Karyawan responsif terhadap permintaan pelanggan	3,62	3,46	104,62%	Puas
Tindakan yang cepat ketika terjadi delay	3,21	3,49	91,98%	Tidak Puas
<b>Rata-rata</b>	<b>3,51</b>	<b>3,5</b>	100,29%	Puas



<b>Assurance</b>				
Pramugari bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang	3,7	3,62	102,21%	Puas
Pramugari dan pramugara bersikap ramah dan sopan	3,55	3,48	102,01%	Puas
Pilot bertanggung jawab terhadap kelancaran dan keselamatan penerbangan	3,55	3,29	107,90%	Puas
Jaminan uang kembali ketika penerbangan dibatalkan	3,53	3,37	104,75%	Puas
<b>Rata-rata</b>	<b>3,58</b>	<b>3,34</b>	107,19%	Puas
<b>Emphaty</b>				
Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang	3,73	3,54	105,37%	Puas
Pelayanan yang ramah dan sopan	3,66	3,58	102,23%	Puas
Petugas memberikan kesan yang baik kepada penumpang	3,73	3,65	102,19%	Puas
Karyawan memberi layanan dengan adil tanpa membedakan status social	3,7	3,63	101,93%	Puas
<b>Rata-rata</b>	<b>3,71</b>	<b>3,6</b>	103,06%	Puas
<b>Rata-rata Total</b>	<b>3,60</b>	<b>3,51</b>	102,62%	Puas

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, nilai presentase di atas 100% menunjukkan bahwa pelanggan merasa bahwa tingkat layanan yang disediakan oleh perusahaan tidak memenuhi harapan mereka. Di sisi lain, nilai presentase di bawah 100% 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 IPA di atas, dapat diketahui indikator-indikator kualitas pelayanan yang perlu diperbaiki oleh perusahaan. Indikator-indikator tersebut dapat diketahui dengan indikator tersebut memiliki nilai presentase di bawah 100%. Indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut :

1. Indikator “Kerapian penampilan karyawan pesawat Citilink”
2. Indikator “Ketepatan waktu keberangkatan”
3. Indikator “Ketepatan waktu sampai ditujuan”
4. Indikator “Kemampuan karyawan yang cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan”
5. Indikator ”Tindakan yang cepat ketika terjadi delay”

Atribut-atribut tersebut merupakan dimensi yang memiliki kekurangan paling serius dan memerlukan perhatian serius oleh bank dalam hal membuat perbaikan. Semakin besar kesenjangan, yang serius tingkat kualitas layanan dari sudut pelanggan pandang. Secara keseluruhan, nilai IPA lima dimensi adalah 102,62%, yang menunjukkan bahwa, kualitas keseluruhan layanan yang disediakan oleh perusahaan sudah memenuhi ekspektasi pelanggan.

Importance Performance Analysis menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi. Dalam penelitian ini ada dua buah variabel yang diwakilkan oleh X dan Y, dimana X merupakan skor penilaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dan Y merupakan skor penilaian kepentingan konsumen. Berikut ini adalah titik potong masing-masing indikator dan titik potong diagram kartesius :

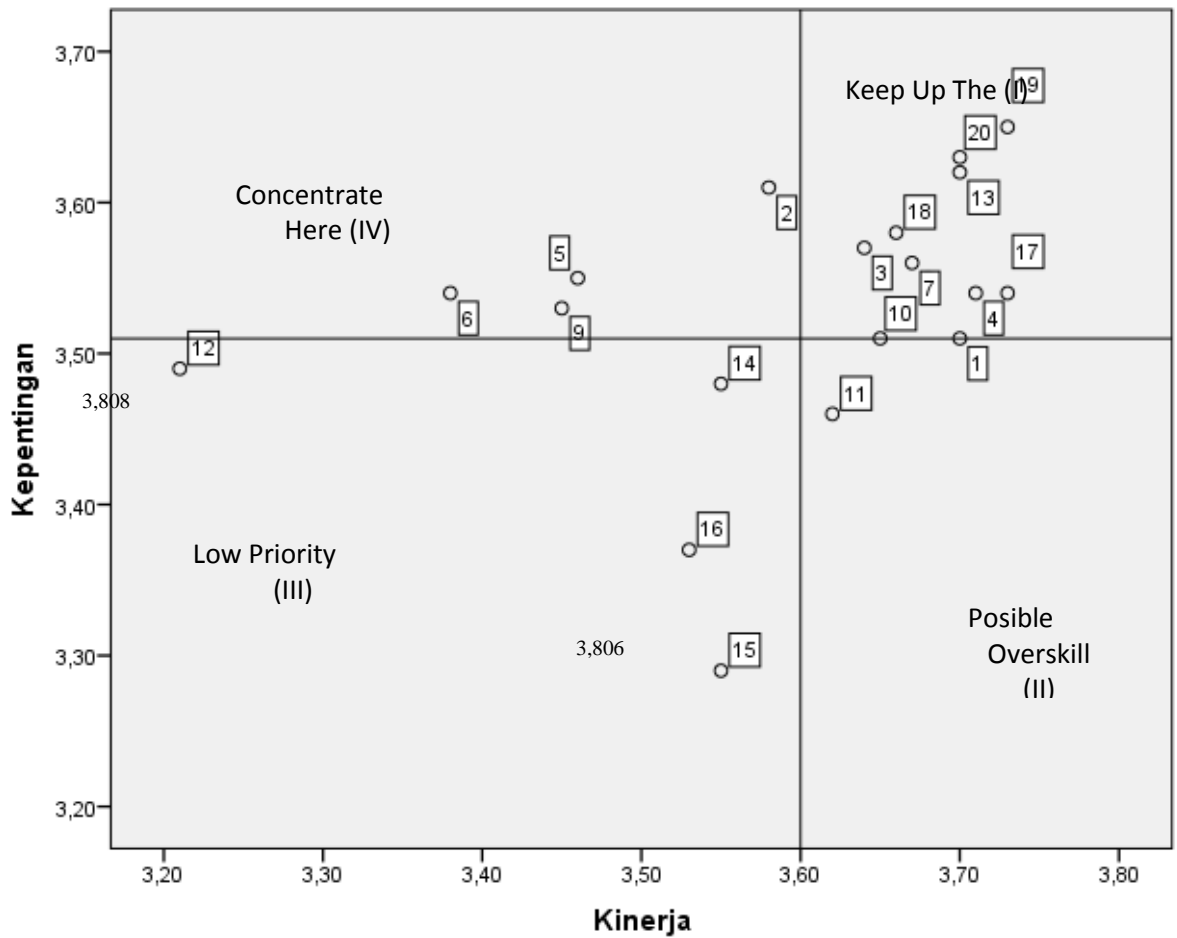
**Tabel 4.17**  
**Titik Potong Masing-Masing Indikator Dan Titik Potong Diagram Kartesius**

Atribut	Kinerja (X)	Kepentingan (Y)
<b>Tangibles</b>		
Kebersihan pesawat	3,7	3,51
Kerapian penampilan karyawan pesawat Citilink	3,58	3,61
Tersedianya fasilitas yang baik,	3,64	3,57
Jumlah Pesawat yang memadai	3,71	3,54
<b>Reliability</b>		
Ketepatan waktu keberangkatan	3,46	3,55
Ketepatan waktu sampai ditujuan	3,38	3,54
Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu	3,67	3,56
Keamanan (Safety)	3,68	3,55
<b>Responsiveness</b>		
Kemampuan karyawan yang cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan	3,45	3,53
Kemampaun karyawan yang tanggap menyelesaikan permasalahan kepada pelanggan	3,65	3,51
Karyawan responsif terhadap permintaan pelanggan	3,62	3,46
Tindakan yang cepat ketika terjadi delay	3,21	3,49
<b>Assurance</b>		
Pramugari bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang	3,7	3,62
Pramugari dan pramugara bersikap ramah dan sopan	3,55	3,48
Pilot bertanggung jawab terhadap kelancaran dan	3,55	3,29

keselamatan penerbangan		
Jaminan uang kembali ketika penerbangan dibatalkan	3,53	3,37
<b>Emphaty</b>		
Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang	3,73	3,54
Pelayanan yang ramah dan sopan	3,66	3,58
Petugas memberikan kesan yang baik kepada penumpang	3,73	3,65
Karyawan memberi layanan dengan adil tanpa membedakan status social	3,7	3,63
<b>Rata-rata</b>	<b>3,60</b>	<b>3,51</b>

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 I 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 kebersihan pesawat, tersedianya fasilitas yang baik, jumlah pesawat yang memadai, pelayanan tiket yang cepat dan tepat, kemampuan karyawan yang tanggap menyelesaikan permasalahan kepada pelanggan, Pramugari bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang, Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang, Pelayanan yang ramah dan sopan, Petugas memberikan kesan yang baik kepada penumpang, dan Karyawan memberi layanan dengan adil tanpa membedakan status social. Dengan tingginya nilai tingkat harapan pelanggan dan tingginya pula nilai tingkat kinerja kualitas pelayanan maka variabel yang masuk dalam kuadran I 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.

2. Kuadran II 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 Karyawan responsif terhadap permintaan pelanggan.

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 II.

3. Kuadran III 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 melaksanakannya biasa-biasa saja sehingga belum perlu memperbaiki kinerja (prioritas rendah). Indikator-indikator yang berada di dalam kuadran ini adalah Kerapian penampilan karyawan pesawat Citilink, Ketepatan waktu keberangkatan, Ketepatan waktu sampai ditujuan, dan Kemampuan karyawan yang cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa pada kuadran III nilai tingkat kinerja kualitas pelayanan dan nilai tingkat harapan pelanggan juga rendah maka variabel yang masuk kuadran III 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 membedakan status harus ditanamkan pada diri karyawan sehingga pelanggan akan merasa diperhatikan, dan mendapat perlakuan khusus dari karyawan.

4. Kuadran IV 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 Pramugari dan pramugara bersikap ramah dan sopan, Pilot bertanggung jawab terhadap kelancaran dan keselamatan penerbangan, dan Jaminan uang kembali ketika penerbangan dibatalkan. 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 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.

#### **4.5 Pembahasan**

Secara keseluruhan, nilai IPA skor lima dimensi sudah diatas 100%, yang menunjukkan bahwa, kualitas keseluruhan layanan yang disediakan oleh perusahaan sudah 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 empathy 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.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Tingkat kinerja yang dinilai dari *performance* maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Yogyakarta adalah sebesar 3,60 yang berarti bahwa perusahaan sudah mampu memenuhi kinerja mereka
2. Tingkat kepentingan yang dinilai dari *importancem* maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Yogyakarta adalah sebesar 2,51 yang berarti bahwa perusahaan sudah mampu memenuhi harapan mereka
3. Strategi peningkatan pelayanan yang dilakukan oleh maskapai Citilink rute Pekanbaru-Yogyakarta dalam memberikan pelayanan kepada penumpang adalah memperbaiki *indikator-indikator kualitas pelayanan yang memiliki nilai presentase di bawah 100%. Indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut* Indikator “Kerapian penampilan karyawan pesawat Citilink, Indikator “Ketepatan waktu keberangkatan”, Indikator “Ketepatan waktu sampai ditujuan”, Indikator “Kemampuan karyawan yang cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan” dan Indikator ”Tindakan yang cepat ketika terjadi delay”

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis, maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Pihak Citilink hendaknya memprioritaskan variabel-variabel yang berada pada kuadran IV, yaitu dengan cara meningkatkan indikator-Indikator yang masuk dalam kuadran ini yaitu Pramugari dan pramugara bersikap ramah dan sopan, Pilot bertanggung jawab terhadap kelancaran dan keselamatan penerbangan, dan Jaminan uang kembali ketika penerbangan dibatalkan. Hal ini berarti bahwakonsumen 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 namun yang dirasakan responden tidak setinggi tingkat kepentingannya dan responden merasa belum puas dengan pelayanan yang diberikan
2. Sebaiknya pihak Citilink harus dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah memberikan kepuasan bagi pelanggan terutama pada dimensi yang berada dalam kuadran I.

## Daftar Pustaka

- Kotler, Philip, 2005, Manajemen Pemasaran, Penerbit: Salemba Empat, Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek). Edisi. Pertama. Penerbit Salemba Empat, Depok
- Magal, S.R. dan N.M. Lavenburg, 2005, *Using Importance-Performance Analysis to Evaluate e-business Strategies among Small Businesses*, In the Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Sciences, pp: 1-10
- Manullang, Ida. 2008. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan Pt. Garuda Indonesia Airlines Di Bandara Polonia Medan. Thesis : Universitas Sumatera Utara
- Permana, Aris Bagus. 2012. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA PENERBANGAN GARUDA INDONESIA AIRLINES (Study Kasus Pada Konsumen Garuda Indonesia Airlines Kelas Ekonomi Di Bandara Juanda). Skripsi : Universitas veteran
- Santoso, Gempur. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif . Jakarta: Gramedia Media Group
- Sari, Endah Purnama, Apriatni E.P., Widayanto. 2014. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dilihat Dari Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Harga Pt. Garuda Indonesia Airlines (Persero), TBK KANTOR CABANG SEMARANG. DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC Tahun 2014, Hal. 1- 11 <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/>
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Prenada
- Stanton, William J. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa : Sadu Sundaru. Jakarta : Erlangga
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Sylvester Yeung, Zandy Lee, Nelson K. F. Tsang. 2012. An Importance-Performance Analysis of Low Cost Carriers in Asia. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration* 13(3):173-194 · July 2012
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi. Offset
- Wardhani, Estie Kusuma. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Jasa Penerbangan (Studi Kasus Pada Jasa Penerbangan Garuda Indonesia

Semarang - Jakarta). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi Volume 3, Nomor 1, Januari, Tahun 2006, Halaman 40*

Yazid. 1999. *Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta : FakultasEkonomi UII

Yu, Chang-Hsi, Chang, Hsiu-Chen dan Huang, Gww-Liang. 2006. A Study of ServiceQuality, Customer Satisfaction, and Loyalty in Taiwanese Leisure Industry', *The Journal of American Academy of Business, Cambridge Vol.9 Num.1*



**LAMPIRAN 1**  
**KUESIONER PENELITIAN**

Kepada Yth :

Saudara/i Responden

Di Tempat

Assalamualaikum, Wr Wb

Dengan ini kami mohon kesediaan saudara/i meluangkan waktu sejenak untuk dapat menyampaikan kuesioner yang berisi pertanyaan yang sekiranya akan saudara/i jawab. Jawaban dari kuesioner ini menjadi data yang akan kami gunakan untuk keperluan menyusun skripsi yang berjudul “**Analisis Kualitas Pelayanan dengan Metode *Importance-Performance* pada Maskapai Penerbangan Citilink Rute Pekanbaru-Yogyakarta**”.

Untuk itu jawaban saudara/i yang sebenarnya akan sangat membantu kami dalam menyelesaikan skripsi ini, karena penelitian ini hanya untuk tujuan ilmiah, maka data yang saudara/i berikan akan sangat kami jaga kerahasiaanya. Hasil kuesioner ini semata-mata untuk menyusun skripsi dan tidak disajikan kepada pihak luar.

Akhirnya kami ucapkan terima kasih yang setulusnya atas kesediaan saudara/i meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Wassalamualaikum. Wr Wb

Hormat saya,

Angga Pratama

## IDENTITAS RESPONDEN

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang cocok

Jenis kelamin : a. Laki-laki    b. Perempuan

Umur : a. < 30 tahun                      b. 31-40 tahun                      c.41-50 tahun    d.>51 tahun

Tingkat pendidikan : a. SD    b. SLTP-SLTA                      c. Akademi    d. Sarjana

Jawablah pertanyaan ini yang menyangkut PENGALAMAN anda setelah menggunakan atau memakai jasa layanan Citilink. Pilih salah satu jawaban dengan member tanda silang ( X ) untuk sangat tidak setuju ( STS ), tidak setuju (TS), Netral (N ), setuju ( S ), sangat setuju ( SS )

Variabel	Indikator	Tingkat Kinerja				Tingkat Kepentingan			
		sts	ts	s	ss	st	ts	s	ss
Tangibles	Kebersihan pesawat								
	Kerapian penampilan karyawan pesawat Citilink								
	Tersedianya fasilitas yang baik.								
	Jumlah Pesawat yang memadai								
Reliability	Ketepatan waktu keberangkatan								
	Ketepatan waktu sampai ditujuan								

	Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu							
	Keamanan (Safety)							
Responsive ness	Kemampuan karyawan yang cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan							
	Kemampaun karyawan yang tanggap menyelesaikan permasalahan kepada pelanggan							
	Karyawan responsif terhadap permintaan pelanggan							
	Tindakan yang cepat ketika terjadi delay							
Assurance	Pramugari bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang							
	Pramugari dan pramugara bersikap ramah dan sopan							
	Pilot bertanggung jawab terhadap kelancaran dan keselamatan penerbangan							
	Jaminan uang kembali ketika penerbangan dibatalkan							

Emphaty	Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang								
	Pelayanan yang ramah dan sopan								
	Petugas memberikan kesan yang baik kepada penumpang								
	Karyawan memberi layanan dengan adil tanpa membedakan status social								

## LAMPIRAN 2

### DATA PENELITIAN

Res	Kepentingan Pelanggan																								
	Tangibles					Reliability					Responsiveness					Assurance					Empathy				
	1	2	3	4	Mean	1	2	3	4	Mean	1	2	3	4	Mean	1	2	3	4	Mean	1	2	3	4	Mean
1	3	3	4	4	3,5	3	4	4	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	4	3	3	3	3,25	3	3	3	4	3,25	4	4	3	4	3,75	4	3	4	3	3,5	3	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	
6	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	
8	4	4	3	3	3,5	1	1	1	1	1	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
9	4	3	3	3	3,25	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	4	4	3	3	3,5	3	3	3	3	
10	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
12	4	4	3	3	3,5	3	3	3	4	3,25	4	3	3	3	3,25	4	3	3	3	3,25	4	4	4	4	
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3,5	4	3	3	3	3,25	3	3	3	3	
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	

16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	4	3	3	4	3,5	
17	4	3	3	3	3,25	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3,5	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3,75	
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
21	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
23	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	4	3	3	3,5	4	4	4	3	3,75	
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	3	3	4	3	3,25	
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3,5	3	4	3	3	3,25	
29	4	4	3	4	3,75	4	4	3	4	3,75	4	4	4	3	3,75	4	4	3	3	3,5	3	3	4	4	3,5	
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
32	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	4	4	4	4	4	
33	2	4	4	4	3,5	4	4	4	2	3,5	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
34	2	4	4	4	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	4	1	3	3	2	2	3	4	2,75	
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3,25	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
37	4	4	3	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	3	3	3	4	3,25	
38	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	4	4	3	3	3,5	3	3	4	4	3,5

39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	
40	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3,25	3	4	3	3	3,25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
41	3	4	4	4	3,75	3	3	4	4	3,5	4	4	3	4	3,75	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	
42	4	4	4	3	3,75	4	3	4	3	3,5	4	4	3	4	3,75	3	4	4	2	3,25	3	4	3	4	3,5	
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	3	4	4	3	3,5	
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
46	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3,5	3	4	3	3	3,25	3	3	3	4	3,25	
48	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
49	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
50	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	3,75
51	2	4	4	4	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	4	4	3	3,75	3	4	4	4	3,75	
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3,5	4	4	3	3	3,5	3	3	4	3	3,25
53	4	3	3	3	3,25	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3,5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3,25	2	2	4	4	3	3	4	3	4	3,5	
55	4	3	4	4	3,75	3	4	4	4	3,75	4	4	3	3	3,5	4	3	4	4	3,75	4	4	4	3	3,75	
56	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	3	3	4	4	3,5	4	4	3	3	3,5	3	3	4	4	3,5	
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3,5	3	4	3	4	3,5	
58	3	3	4	3	3,25	4	3	3	3	3,25	3	4	3	3	3,25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4	
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	3	3	4	4	3,5

62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75
63	3	4	3	3	3,25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3,5	4	4	3	4	3,75	
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	4	4	3	3	3,5	4	4	4	4	4	4	
65	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	
66	4	4	3	2	3,25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3,5	
67	3	3	4	4	3,5	4	3	4	3	3,5	3	3	3	4	3,25	4	3	4	3	3,5	4	3	4	4	3,75	
68	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
69	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3,25	4	3	3	4	3,5	3	3	4	3	3,25	
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
73	3	4	4	4	3,75	4	4	4	3	3,75	3	3	3	4	3,25	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	
74	4	4	2	3	3,25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3,5	4	3	4	4	3,75	
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	3	4	4	4	3,75	
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	
78	3	3	4	3	3,25	3	4	3	3	3,25	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3,5
79	4	4	4	3	3,75	4	4	3	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	
80	3	4	4	3	3,5	4	4	3	4	3,75	4	4	3	4	3,75	3	4	3	3	3,25	3	3	4	4	3,5	
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3,5	
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3,25	3	4	3	4	3,5	
83	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	
84	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	



85	4	4	3	3	3,5	3	4	3	4	3,5	4	4	3	3	3,5	4	3	4	4	3,75	3	3	4	4	3,5
86	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	4	4	4	3	3,75
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	4	4	3	3	3,5	4	3	3	3	3,25	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3,25	4	3	3	3	3,25
89	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	3	4	3	4	3,5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75
90	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5
91	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3,25	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	3,75
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	3	4	4	4	3,75	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	3,75	4	4	3	4	3,75	3	3	4	3	3,25
96	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	3	4	4	4	3,75	4	4	4	3	3,75	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3,75	3	3	4	3	3,25
100	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Mean	3,51	3,61	3,57	3,54	3,56	3,55	3,54	3,56	3,55	3,55	3,53	3,51	3,46	3,49	3,50	3,70	3,55	3,55	3,53	3,58	3,54	3,58	3,65	3,63	3,60

Res	Kinerja																								
	Tangibles					Reliability					Responsiveness					Assurance					Empathy				
	1	2	3	4	Mean	1	2	3	4	Mean	1	2	3	4	Mean	1	2	3	4	Mean	1	2	3	4	Mean
1	1	1	3	4	2,25	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3,25	3	3	2	2	2,5	4	4	4	3	3,75
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	3	2	2	2,75	3	3	4	3	3,25

3	4	3	3	4	3,5	3	3	4	4	3,5	3	3	4	3	3,25	3	3	2	3	2,75	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75
6	4	3	4	4	3,75	3	3	4	4	3,5	2	4	3	1	2,5	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3,5
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	3	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	4	3	3	4	3,5	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3,75	4	4	2	3	3,25	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	3	4	2	3,25	3	3	4	4	3,5	3	3	3	1	2,5	4	3	1	3	2,75	2	2	2	2	2
12	4	4	4	3	3,75	2	2	4	4	3	3	4	3	4	3,5	4	3	2	2	2,75	3	3	3	4	3,25
13	4	3	4	3	3,5	3	3	4	4	3,5	4	4	4	3	3,75	3	3	4	4	3,5	3	3	4	2	3
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	3	4	4	4	3,75
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	4	4	3	4	3,75	4	2	4	4	3,5
16	3	4	3	4	3,5	3	4	4	4	3,75	4	3	3	4	3,5	4	4	3	2	3,25	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	2	2	3	4	2,75	3	4	3	1	2,75	4	4	4	4	4
18	3	4	3	4	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	4	4	3	4	3,75
19	3	3	3	4	3,25	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3,5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4
22	2	4	4	4	3,5	2	2	4	4	3	2	2	3	4	2,75	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	3	3	3	4	3,25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3,5	3	4	3	3	3,25	4	4	4	4	4
25	3	2	2	4	2,75	2	2	3	2	2,25	3	3	3	2	2,75	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	3	4	4	3,75	3	2	3	3	2,75	3	4	4	2	3,25	4	3	3	3	3,25	4	4	4	4	4

28	3	3	3	4	3,25	3	3	4	3	3,25	3	3	4	4	3,5	4	3	4	3	3,5	4	4	4	4	4
29	4	3	4	4	3,75	3	3	4	3	3,25	3	3	3	4	3,25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3,5	3	2	2	3	2,5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	1	1	1	3	1,5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	2	2	2	4	2,5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1,75	4	4	4	4	4
34	3	3	4	3	3,25	4	3	4	4	3,75	4	4	4	3	3,75	4	4	3	3	3,5	3	3	3	3	3
35	3	3	3	4	3,25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	3	4	3,75	4	2	1	1	2	4	4	4	4	4	4	1	2	2	2,25	4	4	4	4	4
38	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	4	4	4	3	3,75
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	3	4	4	3,75	4	4	4	3	3,75	4	4	4	3	3,75	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	4	4	4	2	3,5	4	4	3	3	3,5	4	3	4	4	3,75
42	4	3	4	3	3,5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75
43	4	3	4	4	3,75	3	3	4	4	3,5	4	4	4	2	3,5	3	2	3	3	2,75	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	3	3	3	3,25	4	3	4	4	3,75	3	4	4	4	3,75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
48	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	4	4	4	3	3,75	4	3	3	3	3,25	4	4	4	4	4
49	1	2	2	4	2,25	2	1	2	1	1,5	2	2	1	2	1,75	2	3	2	2	2,25	4	4	4	4	4
50	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	3	3	3	3,25	3	4	3	3	3,25
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	4	4	1	3,25	4	2	2	4	3	4	3	4	4	3,75

53	3	4	2	3	3	3	4	4	4	3,75	4	3	4	1	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4
55	4	4	3	4	3,75	3	3	4	4	3,5	3	4	4	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3,25	2	4	4	4	3,5	4	4	3	4	3,75	4	4	4	4	4
57	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	3	3	4	4	3,5	3	3	3	3	3
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	4	3	3	3	3,25	4	4	4	4	4
59	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2,5	1	4	3	3	2,75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
60	4	3	3	3	3,25	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2,5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
61	3	3	3	4	3,25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
62	4	3	4	4	3,75	4	3	4	4	3,75	4	4	3	3	3,5	3	2	2	3	2,5	4	4	4	4	4
63	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3,25	3	3	3	3	3
64	4	3	4	4	3,75	2	4	4	4	3,5	3	4	4	4	3,75	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4
65	4	4	3	4	3,75	4	3	3	4	3,5	3	3	4	3	3,25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	3	3,75	3	3	4	4	3,5	4	4	4	2	3,5	4	4	3	4	3,75	4	4	3	4	3,75
67	4	4	4	3	3,75	3	2	4	4	3,25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
68	3	3	3	4	3,25	3	3	4	4	3,5	3	4	4	3	3,5	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4
70	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2,5	4	3	4	4	3,75
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	1	1	1	4	1,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	3,25	4	4	4	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3,25	4	4	3	3	3,5	4	4	3	4	3,75
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5	4	4	4	4	4
76	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	4	3	3	3,5	3	3	3	3	3
77	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3,5	3	4	3	4	3,5	4	4	3	4	3,75	4	4	4	4	4

78	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3,25	4	4	4	4	4	
79	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	
80	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	
81	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	2	4	4	3	3,25	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4	
82	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3,5	4	3	4	4	3,75	3	3	3	3	3	
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
84	3	3	2	4	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3,5	3	4	3	3	3,25	4	4	4	4	4	
85	3	3	3	4	3,25	3	3	3	1	2,5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
86	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3,5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3,25	
88	4	3	4	3	3,5	3	4	1	1	2,25	4	3	3	3	3,25	4	4	3	3	3,5	3	3	3	3	3	
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	3	4	4	3,75	
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	3	3,75	
92	4	3	4	4	3,75	3	4	4	4	3,75	3	4	4	4	3,75	4	3	3	3	3,25	4	4	4	4	4	
93	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	3	3	3	3	3	
94	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3,5	2	4	4	2	3	4	2	4	4	3,5	4	4	4	4	4	
95	4	3	4	4	3,75	3	4	1	4	3	4	3	3	3	3,25	4	3	2	2	2,75	4	3	4	4	3,75	
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
97	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	3	3	3	3	3	
98	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3,5	2	4	4	2	3	4	2	4	4	3,5	4	4	4	4	4	
99	4	3	4	4	3,75	3	4	1	4	3	4	3	3	3	3,25	4	3	2	2	2,75	4	3	4	4	3,75	
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
	3,7	3,58	3,64	3,71	3,66	3,46	3,38	3,67	3,68	3,55	3,45	3,65	3,62	3,31	3,51	3,62	3,48	3,29	3,37	3,44	3,73	3,66	3,73	3,37	3,71	

### LAMPIRAN 3

#### HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

##### CORRELATIONS

/VARIABLES=VAR00026 VAR00027 VAR00028 VAR00029 VAR00030

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

##### Correlations

Notes	
Output Created	17-APR-2016 15:49:16
Comments	
File	KRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI
Save As	\valid.sav
Source Dataset	Set2
Character Set	UTF-8
Encoding	UTF-8
File	UTF-8
Rows in Working Data File	100
Definition of Missing	System-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Options Used	<p>CORRELATIONS</p> <p>VARIABLES=VAR00026 VAR00027</p> <p>VAR00028 VAR00029 VAR00030</p> <p>PRINT=TWOTAIL NOSIG</p> <p>MISSING=PAIRWISE.</p>
Maximum	

ources	essor Time	00:00:00,03
	sed Time	00:00:00,02

[DataSet2] D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav

**Correlations**

	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total
son Correlation	1	,683**	,564**	,565**	,803**
(2-tailed)		,000	,000	,000	,000
son Correlation	100	100	100	100	100
(2-tailed)	,683**	1	,776**	,764**	,914**
(2-tailed)	,000		,000	,000	,000
son Correlation	100	100	100	100	100
(2-tailed)	,564**	,776**	1	,837**	,903**
(2-tailed)	,000	,000		,000	,000
son Correlation	100	100	100	100	100
(2-tailed)	,565**	,764**	,837**	1	,898**
(2-tailed)	,000	,000	,000		,000
son Correlation	100	100	100	100	100
(2-tailed)	,803**	,914**	,903**	,898**	1
(2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	100	100	100	100	100

correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

RELIABILITY

/VARIABLES=VAR00026 VAR00027 VAR00028 VAR00029

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.

## Reliability

Notes	
Output Created	17-APR-2016 15:51:14
Source	D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav
Target Dataset	DataSet2
File	File
Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	<p>Undefined missing values are treated as missing.</p> <p>Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.</p> <p>RELIABILITY</p> <p>VARIABLES=VAR00026 VAR00027 VAR00028 VAR00029</p> <p>SCALE('ALL VARIABLES') ALL</p> <p>MODEL=ALPHA.</p>
Processor Time	00:00:00,02
Elapsed Time	00:00:00,03

[DataSet2] D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav



## Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

	N	%
Valid	100	100,0
Excluded <sup>a</sup>	0	,0
Total	100	100,0

listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,901	4

## CORRELATIONS

```
/VARIABLES=VAR00031 VAR00032 VAR00033 VAR00034 VAR00035
```

```
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
```

```
/MISSING=PAIRWISE.
```

## Correlations

**Notes**

Output Created	17-APR-2016 15:52:23
Comments	
File	KRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI
Save As	\valid.sav
Save Dataset As	Set2
Save	OK
Open	OK
File	OK
Rows in Working Data File	100
Definition of Missing	Undefined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Options Used	RELATIONS VARIABLES=VAR00031 VAR00032 VAR00033 VAR00034 VAR00035 CONFIDENCE=95 CRITERIA=ABS DISPLAY=PAIRWISE NOSIG MISSING=PAIRWISE.
Processor Time	00:00:00,02
Elapsed Time	00:00:00,03

[DataSet2] D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav

**Correlations**

	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Total
Person Correlation	1	,887**	,887**	,779**	,946**
(2-tailed)		,000	,000	,000	,000
Person Correlation	100	100	100	100	100
(2-tailed)	,887**	1	,877**	,809**	,952**
	,000		,000	,000	,000

	100	100	100	100	100
Person Correlation	,887**	,877**	1	,809**	,951**
(2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	100	100	100	100	100
Person Correlation	,779**	,809**	,809**	1	,906**
(2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	100	100	100	100	100
Person Correlation	,946**	,952**	,951**	,906**	1
(2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	100	100	100	100	100

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### RELIABILITY

```
/VARIABLES=VAR00031 VAR00032 VAR00033 VAR00034
```

```
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
```

```
/MODEL=ALPHA.
```

## Reliability

#### Notes

Output Created	17-APR-2016 15:52:58
Comments	
	KRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI
	\valid.sav
Save Dataset	Set2
Save	Save>

	ght	ne>	
	File	ne>	
	Rows in Working Data File		100
	ix Input		
ing Value Handling	ition of Missing	-defined missing values are treated as missing.	
	es Used	stics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.	
ax		ABILITY	
		RIABLES=VAR00031 VAR00032	
		VAR00033 VAR00034	
		SCALE('ALL VARIABLES') ALL	
		ODEL=ALPHA.	
ources	essor Time		00:00:00,02
	sed Time		00:00:00,03

[DataSet2] D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav

### Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

	N	%
es	100	100,0
cluded <sup>a</sup>	0	,0
l	100	100,0

listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.955	4

**CORRELATIONS**

/VARIABLES=VAR00036 VAR00037 VAR00038 VAR00039 VAR00040

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

**Correlations**

**Notes**

Output Created	17-APR-2016 15:53:43
Comments	
File	KRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav
Save Dataset As	Set2
Save	File>
Open	File>
File	File>
Rows in Working Data File	100
Definition of Missing	System-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Variables Used	

		RELATIONS	
ax		RIABLES=VAR00036	VAR00037
		VAR00038 VAR00039 VAR00040	
		INT=TWOTAIL NOSIG	
		SSING=PAIRWISE.	
ources	essor Time		00:00:00,02
	sed Time		00:00:00,04

[DataSet2] D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav

**Correlations**

	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4	Total
son Correlation	1	,913**	,669**	,600**	,911**
(2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	100	100	100	100	100
son Correlation	,913**	1	,594**	,564**	,880**
(2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	100	100	100	100	100
son Correlation	,669**	,594**	1	,808**	,871**
(2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	100	100	100	100	100
son Correlation	,600**	,564**	,808**	1	,844**
(2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	100	100	100	100	100
son Correlation	,911**	,880**	,871**	,844**	1
(2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	100	100	100	100	100

correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

RELIABILITY

/VARIABLES=VAR00036 VAR00037 VAR00038 VAR00039

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.

## Reliability

### Notes

Output Created	17-APR-2016 15:54:36
Comments	
Source	KRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI
File	\valid.sav
Save Dataset As	Set2
Save As	File>
Save	File>
Save As File	File>
Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Undefined missing values are treated as missing.
Statistics Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Reliability	RELIABILITY
Variables	VARIABLES=VAR00036 VAR00037 VAR00038 VAR00039
Scale	SCALE('ALL VARIABLES') ALL
Model	MODEL=ALPHA.
Processor Time	00:00:00,02
Elapsed Time	00:00:00,01

[DataSet2] D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav

### Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

	N	%
Valid	100	100,0
Excluded <sup>a</sup>	0	,0
Total	100	100,0

listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,900	4

### CORRELATIONS

/VARIABLES=VAR00041 VAR00042 VAR00043 VAR00044 VAR00045

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.



## Correlations

Notes	
Output Created	17-APR-2016 15:55:35
Comments	
Source	KRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav
Save As	Set2
File	File
Rows in Working Data File	100
Definition of Missing	Undefined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Options Used	RELATIONS VARIABLES=VAR00041 VAR00042 VAR00043 VAR00044 VAR00045 CONFIDENCE=95 CRITERIA=TWOTAIL NOSIG MISSING=PAIRWISE.
Processor Time	00:00:00,02
Elapsed Time	00:00:00,03

[DataSet2] D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav

### Correlations

	Y4.1	Y4.2	Y4.3	Y4.4	Total

Person Correlation	1	,759**	,591**	,591**	,871**
(2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	100	100	100	100	100
Person Correlation	,759**	1	,468**	,455**	,794**
(2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	100	100	100	100	100
Person Correlation	,591**	,468**	1	,741**	,846**
(2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	100	100	100	100	100
Person Correlation	,591**	,455**	,741**	1	,837**
(2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	100	100	100	100	100
Person Correlation	,871**	,794**	,846**	,837**	1
(2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	100	100	100	100	100

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### RELIABILITY

/VARIABLES=VAR00041 VAR00042 VAR00043 VAR00044

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.

## Reliability

#### Notes

Output Created		17-APR-2016 15:56:17
Comments		
		KRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI
		\valid.sav
	re Dataset	Set2
	r	re>
	yht	re>
	File	re>
	Rows in Working Data File	100
	ix Input	
	Definition of Missing	Undefined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	as Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
		ABILITY
		RIABLES=VAR00041 VAR00042
		VAR00043 VAR00044
		SCALE('ALL VARIABLES') ALL
		ODEL=ALPHA.
	Processor Time	00:00:00,03
Resources	Used Time	00:00:00,02

[DataSet2] D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

	N	%

	100	100,0
es	0	,0
l	100	100,0

listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,856	4

#### CORRELATIONS

/VARIABLES=VAR00046 VAR00047 VAR00048 VAR00049 VAR00050

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

### Correlations

#### Notes

Output Created	17-APR-2016 15:56:35
Comments	
	KRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI
	\valid.sav
Save Dataset	Set2
Save	File>
Open	File>
Print	File>

	Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing Values Used	System-defined missing values are treated as missing. Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Display	RELATIONS	
	VARIABLES=VAR00046 VAR00047 VAR00048 VAR00049 VAR00050	
	PRINT=TWOTAIL NOSIG	
	MISSING=PAIRWISE.	
Processing Time		00:00:00,03
Elapsed Time		00:00:00,05

[DataSet2] D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav

**Correlations**

	Y5.1	Y5.2	Y5.3	Y5.4	Total
Pearson Correlation	1	,778**	,746**	,627**	,899**
(2-tailed)		,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,778**	1	,666**	,641**	,881**
(2-tailed)	,000		,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,746**	,666**	1	,708**	,886**
(2-tailed)	,000	,000		,000	,000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,627**	,641**	,708**	1	,845**
(2-tailed)	,000	,000	,000		,000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,899**	,881**	,886**	,845**	1

(2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	100	100	100	100	100

correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### RELIABILITY

```
/VARIABLES=VAR00046 VAR00047 VAR00048 VAR00049
```

```
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
```

```
/MODEL=ALPHA.
```

## Reliability

### Notes

Output Created	17-APR-2016 15:57:08
Comments	
File	KRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI valid.sav
Source Dataset	Set2
Character Set	UTF-8
Encoding	UTF-8
File	UTF-8
Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Missing values are treated as missing.
Statistics Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.

ax		ABILITY	
		RIABLES=VAR00046	VAR00047
		VAR00048 VAR00049	
		SCALE('ALL VARIABLES') ALL	
		MODEL=ALPHA.	
ources	essor Time		00:00:00,02
	sed Time		00:00:00,01

[DataSet2] D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav

### Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

	N	%
es	100	100,0
cluded <sup>a</sup>	0	,0
l	100	100,0

listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,901	4

AGET

FILE='D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav'.

DATASET NAME DataSet2 WINDOW=FRONT.

CORRELATIONS

/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

## Correlations

Notes	
Output Created	17-APR-2016 15:32:16
Comments	
File	D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav
Save Dataset As	DataSet2
Save File As	DataSet2
Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Undefined missing values are treated as missing.
Statistics Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.



		RELATIONS	
ax		RIABLES=VAR00001	VAR00002
		VAR00003 VAR00004	VAR00005
		INT=TWOTAIL NOSIG	
		SSING=PAIRWISE.	
ources	essor Time		00:00:00,03
	sed Time		00:00:00,64

[DataSet2] D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav

**Correlations**

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total
son Correlation	1	,727**	,775**	-,051	,889**
(2-tailed)		,000	,000	,614	,000
	100	100	100	100	100
son Correlation	,727**	1	,647**	-,005	,854**
(2-tailed)	,000		,000	,957	,000
	100	100	100	100	100
son Correlation	,775**	,647**	1	,017	,875**
(2-tailed)	,000	,000		,865	,000
	100	100	100	100	100
son Correlation	-,051	-,005	,017	1	,232*
(2-tailed)	,614	,957	,865		,020
	100	100	100	100	100
son Correlation	,889**	,854**	,875**	,232*	1
(2-tailed)	,000	,000	,000	,020	
	100	100	100	100	100

orrelation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

orrelation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

RELIABILITY

/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.

## Reliability

### Notes

Output Created	17-APR-2016 15:33:25
Comments	
Source	KRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI valid.sav
Save Dataset As	Set2
Save File	File
Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Undefined missing values are treated as missing.
Statistics Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Model	RELIABILITY VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 SCALE('ALL VARIABLES') ALL MODEL=ALPHA.
Processor Time	00:00:00,00

[DataSet2] D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

	N	%
Valid	100	100,0
Excluded <sup>a</sup>	0	,0
Total	100	100,0

listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,734	4

#### CORRELATIONS

/VARIABLES=VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009 VAR00010

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

## Correlations

Notes	
Output Created	17-APR-2016 15:33:54
Comments	
File	D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav
Source Dataset	DataSet2
Filter	None
Weight	None
File	None
Rows in Working Data File	100
Definition of Missing	Undefined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Assumptions Used	RELATIONS VARIABLES=VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009 VAR00010 CONFIDENCE=95 CRITERIA=TWOTAIL NOSIG MISSING=PAIRWISE.
Processor Time	00:00:00,02
Elapsed Time	00:00:00,04

[DataSet2] D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav

## Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total
Person Correlation	1	,706**	,492**	,503**	,813**
(2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	100	100	100	100	100
Person Correlation	,706**	1	,420**	,547**	,813**
(2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	100	100	100	100	100
Person Correlation	,492**	,420**	1	,741**	,810**
(2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	100	100	100	100	100
Person Correlation	,503**	,547**	,741**	1	,853**
(2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	100	100	100	100	100
Person Correlation	,813**	,813**	,810**	,853**	1
(2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	100	100	100	100	100

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### RELIABILITY

/VARIABLES=VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.

### Reliability

**Notes**

Output Created		17-APR-2016 15:34:31
Comments		
		KRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI
		\valid.sav
	re Dataset	Set2
	r	re>
	yht	re>
	File	re>
	Rows in Working Data File	100
	ix Input	
	Definition of Missing	Undefined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	as Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
		ABILITY
		VARIABLES=VAR00006 VAR00007
		VAR00008 VAR00009
		SCALE('ALL VARIABLES') ALL
		MODEL=ALPHA.
	Processor Time	00:00:00,00
Resources	Used Time	00:00:00,01

[DataSet2] D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav

**Scale: ALL VARIABLES**

**Case Processing Summary**

	N	%
l	100	100,0
es luded <sup>a</sup>	0	,0
l	100	100,0

listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,840	4

#### CORRELATIONS

```
/VARIABLES=VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015
```

```
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
```

```
/MISSING=PAIRWISE.
```

### Correlations

#### Notes

Output Created	17-APR-2016 15:34:50
Comments	
	KRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI
	\valid.sav
	Set2
	re Dataset
	r
	jht
	re>
	re>

File	File	File
Rows in Working Data File	100	100
Definition of Missing	Undefined missing values are treated as missing.	
Missing Value Handling	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.	
Options Used	RELATIONS VARIABLES=VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015 CONFINT=TWOTAIL NOSIG MISSING=PAIRWISE.	
Processor Time		00:00:00,02
Elapsed Time		00:00:00,03

[DataSet2] D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav

**Correlations**

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total
Person Correlation	1	,534**	,543**	,344**	,768**
(2-tailed)		,000	,000	,000	,000
Person Correlation	100	100	100	100	100
(2-tailed)	,534**	1	,764**	,366**	,818**
(2-tailed)	,000		,000	,000	,000
Person Correlation	100	100	100	100	100
(2-tailed)	,543**	,764**	1	,386**	,831**
(2-tailed)	,000	,000		,000	,000
Person Correlation	100	100	100	100	100
(2-tailed)	,344**	,366**	,386**	1	,717**
(2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	100	100	100	100	100



Person Correlation	,768**	,818**	,831**	,717**	1
(2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	100	100	100	100	100

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### RELIABILITY

```
/VARIABLES=VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014
```

```
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
```

```
/MODEL=ALPHA.
```

## Reliability

### Notes

Output Created	17-APR-2016 15:41:55
Comments	
Source	KRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI
Save As	\valid.sav
Source Dataset	Set2
Character Set	UTF-8
Encoding	UTF-8
File	UTF-8
Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Missing values are treated as missing.
Statistics Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.

ax		ABILITY	
		RIABLES=VAR00011	VAR00012
		VAR00013 VAR00014	
		SCALE('ALL VARIABLES') ALL	
		MODEL=ALPHA.	
ources	essor Time		00:00:00,02
	sed Time		00:00:00,01

[DataSet2] D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav

### Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

	N	%
l	100	100,0
es	0	,0
l	100	100,0

listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,772	4

### CORRELATIONS

/VARIABLES=VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

## Correlations

Notes	
Output Created	17-APR-2016 15:42:18
Comments	
Source	D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav
Save As Dataset	Set2
Save As File	Set2
Save As File	Set2
Rows in Working Data File	100
Definition of Missing	Undefined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Options Used	RELATIONS VARIABLES=VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020 PRINT=TWOTAIL NOSIG MISSING=PAIRWISE.
Processor Time	00:00:00,02
Elapsed Time	00:00:00,04

[DataSet2] D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav

**Correlations**

	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Total
erson Correlation	1	,293**	,340**	,414**	,646**
(2-tailed)		,003	,001	,000	,000
	100	100	100	100	100
erson Correlation	,293**	1	,455**	,384**	,684**
(2-tailed)	,003		,000	,000	,000
	100	100	100	100	100
erson Correlation	,340**	,455**	1	,780**	,862**
(2-tailed)	,001	,000		,000	,000
	100	100	100	100	100
erson Correlation	,414**	,384**	,780**	1	,859**
(2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	100	100	100	100	100
erson Correlation	,646**	,684**	,862**	,859**	1
(2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	100	100	100	100	100

orrelation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

RELIABILITY

/VARIABLES=VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.

## Reliability

Notes	
Output Created	17-APR-2016 15:43:40
Source	KRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav
Target Dataset	Set2
Target File	Set2
Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Undefined missing values are treated as missing.
Statistics Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Model	RELIABILITY VARIABLES=VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 SCALE('ALL VARIABLES') ALL MODEL=ALPHA.
Processor Time	00:00:00,02
Elapsed Time	00:00:00,01

[DataSet2] D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav

**Scale: ALL VARIABLES**

**Case Processing Summary**

	N	%
1	100	100,0
es      uded <sup>a</sup>	0	,0
1	100	100,0

listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,769	4

**CORRELATIONS**

/VARIABLES=VAR00021 VAR00022 VAR00023 VAR00024 VAR00025

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

**Correlations**

**Notes**

ut Created	17-APR-2016 15:44:20
ments	

		KRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI
		\valid.sav
re Dataset		Set2
r		ne>
yht		ne>
File		ne>
Rows in Working Data File		100
Definition of Missing		Undefined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling		Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Tests Used		RELATIONS VARIABLES=VAR00021 VAR00022 VAR00023 VAR00024 VAR00025 CONT=TWOTAIL NOSIG MISSING=PAIRWISE.
Processor Time		00:00:00,00
Elapsed Time		00:00:00,04

[DataSet2] D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav

Correlations					
	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	Total
Pearson Correlation	1	,702**	,816**	,811**	,943**
(2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,702**	1	,577**	,615**	,828**
(2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,816**	,577**	1	,682**	,867**
(2-tailed)	,000	,000		,000	,000

	100	100	100	100	100
erson Correlation	,811**	,615**	,682**	1	,884**
(2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	100	100	100	100	100
erson Correlation	,943**	,828**	,867**	,884**	1
(2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	100	100	100	100	100

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### RELIABILITY

/VARIABLES=VAR00021 VAR00022 VAR00023 VAR00024

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.

## Reliability

Notes	
Output Created	17-APR-2016 15:45:34
Comments	
	KRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI
	\valid.sav
Save Dataset	Set2
File	File
Rows in Working Data File	100



	ix Input	
ing Value Handling	ition of Missing	-defined missing values are treated as missing.
	es Used	stics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
ax		ABILITY RIABLES=VAR00021      VAR00022 VAR00023 VAR00024 ALE('ALL VARIABLES') ALL ODEL=ALPHA.
ources	essor Time	00:00:00,02
	sed Time	00:00:00,01

[DataSet2] D:\SKRIPSI LULUS 2015-1\SKRIPSI \valid.sav

### Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

	N	%
es	100	100,0
cluded <sup>a</sup>	0	,0
l	100	100,0

istwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	4