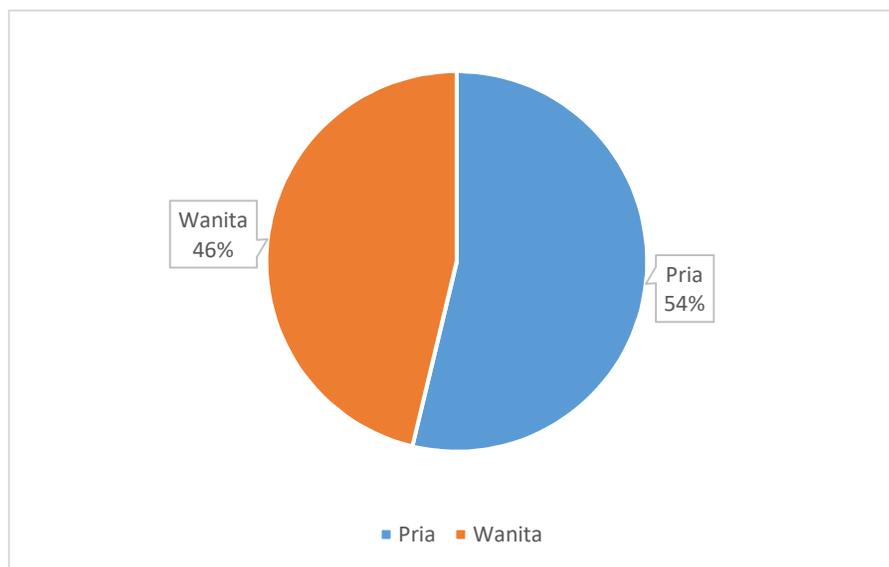


## BAB IV

### PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

#### 4.1. Data Profil Responden

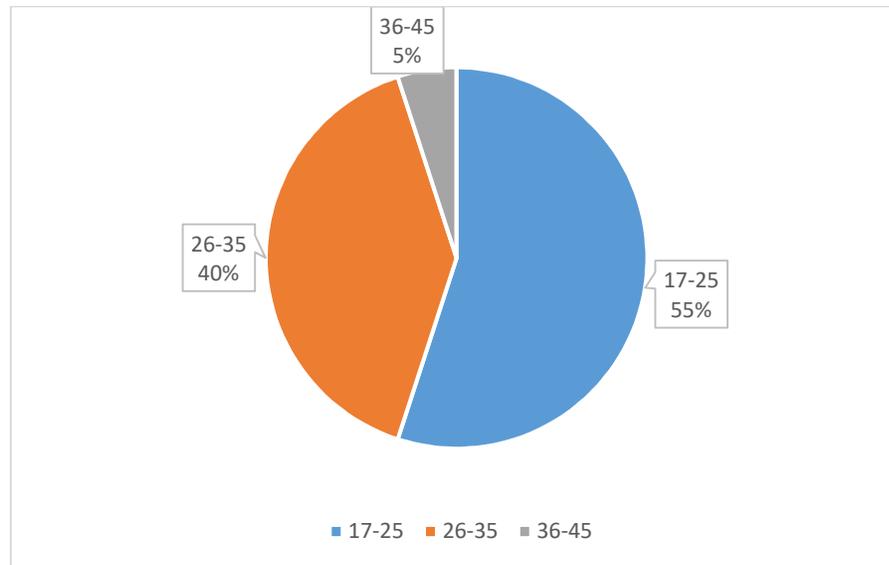
Berdasarkan penyebaran kuesioner pada Kafe Havermeelkoek didapatkan data profil responden sebanyak 80 responden. Untuk klasifikasi yang pertama adalah data profil berdasarkan jenis kelamin pengunjung kafe yaitu pengunjung pria adalah 43 dengan presentase 54 % dan pengunjung wanita adalah 37 dengan presentase 46%. Dapat dilihat pada gambar 4.1.



Gambar 4.1 Diagram Profil jenis Kelamin Responden

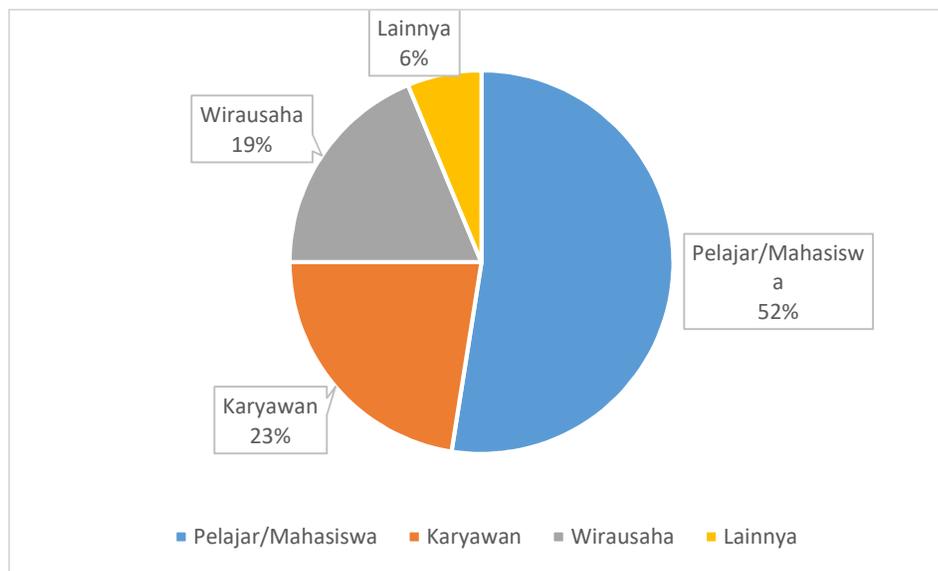
Profil responden berdasarkan usia pengunjung kafe Havermeelkoek adalah untuk usia 17 - 25 tahun terdapat 44 pengunjung dengan presentase 55 %, kemudian untuk usia kisaran 25 sampai dengan 35 tahun adalah 32 pengunjung dengan presentase 40 %, untuk usia 36

sampai dengan 45 tahun adalah 4 pengunjung dengan presentase 5%. Untuk lebih jelasnya grafik 4.2 berikut adalah grafik persebarannya.



Gambar 4.2 Diagram Profil Usia Responden

Untuk profil 80 responden berikutnya adalah pekerjaan, para pengunjung Kafe Havermeelkoek yaitu terdapat 42 orang pelajar/mahasiswa dengan presentase 53 %, Karyawan 18 orang dengan presentase 23 %, kemudian terdapat 15 wirausaha dengan presentase 19 %, dan juga lain-lain hanya 5 orang dengan presentase 6 %. Untuk lebih jelasnya grafik 4.3 berikut adalah grafik persebarannya



Gambar 4.3 Diagram Profil Pekerjaan Responden

Data profil responden digunakan untuk acuan dalam pengambilan data kuesioner agar data yang diambil adalah data yang benar dan valid, karena jika data valid dan benar maka akan semakin kecil terjadi kesalahan dan juga data ini digunakan sebagai referensi populasi pengunjung kafe Havermeelkoek.

#### 4.2. Dimensi dan atribut

Penulisan Atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan hasil studi pustaka dan obsevasi langsung di lapangan dengan melihat dan merasakan keadaan langsung. Berikut adalah data dari dimensi dan atributnya.

Tabel 4.1 Dimensi dan Atribut

No	Dimensi	Simbol	Atribut
1	Tangible	T1	Desain Interior dan dekorasi yang menarik
2		T2	Tempat parkir memadai
3		T3	Tersedianya kamera pengawas (CCTV)
4		T4	Tersedianya colokan listrik untuk konsumen

No	Dimensi	Simbol	Atribut	
5		T5	Tersedianya ruangan <i>smoking</i> dan <i>no smoking</i> area	
6		T6	Tingkat pencahayaan dan sirkulasi udara yang baik	
7		T7	Kebersihan Café (Toilet, Meja, kursi dll)	
8		T8	Ketersediaan sarana aspirasi konsumen (media sosial dan kotak saran)	
9		T9	Tersedianya fasilitas penunjang (misal: Wifi, Permainan, TV, Sound music dll)	
10		T10	Tersedianya pembayaran tunai maupun non tunai	
11		T11	Tersedianya tempat ibadah	
12		Reliability	RL1	Ketelitian Kasir
13			RL2	Kualitas Rasa makanan dan minuman konsiten
14			RL3	Kecepatan dan kecekatan dalam menyajikan makanan dan/ minuman
15			RL4	Makanan dan minuman variatif
16	RL5		Penyajian makanan dan/ minuman sesuai pesanan konsumen	
17	Responsiveness	RS1	Kesanggupan karyawan parkir dalam mengkoordinir kendaraan konsumen	
18		RS2	Karyawan memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	
19		RS3	Karyawan cekatan dalam melayani konsumen	
20		RS4	Karyawan dapat menyelesaikan transaksi dengan cepat dan tepat	
21		RS5	Cepat tanggap terhadap keluhan dari konsumen	
22	Assurance	A1	Memberikan rasa aman kendaraan, barang-barang dan privasi konsumen	
23		A2	Jaminan atas kebersihan makanan dan minuman	
24		A3	Manajemen bersedia mengganti makanan dan/ minuman jika terjadi hal yang tidak diinginkan	
25		A4	Tingkat pemahaman pramusaji terhadap menu	

No	Dimensi	Simbol	Atribut
26	Emphaty	E1	Adil dalam memberikan pelayanan kepada konsumen
27		E2	Menanggapi kritik dan saran
28		E3	Memberikan pelayanan khusus saat momen spesial
29		E4	Keramahan dan kesopanan karyawan kepada konsumen
30		E5	Menawarkan promo kepada konsumen

### 4.3. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu uji yang digunakan untuk mengukur valid atau tidak suatu data kuesioner. Uji ini dilakukan agar jawaban dari kuesioner ini dapat digunakan dalam penelitian.

#### 1. Menentukan Hipotesis

$H_0$  = Skor item tidak berkorelasi positif dengan skor total

$H_1$  = Skor item berkorelasi positif dengan skor total

#### 2. Menentukan Nilai $r_{tabel}$

Dari nilai tabel,  $df = (\text{jumlah kasus atau responden}) - 2$ , dalam penelitian ini  $df = 80 - 2 = 78$ . Dan tingkat signifikansi 5 %, maka akan didapatkan nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,2199.

#### 3. Mencari nilai $r_{hitung}$

Nilai dari  $r_{hitung}$  didapatkan dari pengolahan data menggunakan software SPSS 18. Nilai  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil output SPSS 18 pada kolom *Corrected Item – Total Correlation*

#### 4. Pengambilan keputusan

Dasar pengambilan keputusan, yaitu

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir kuesioner dinyatakan valid

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir kuesioner dinyatakan tidak valid

Tabel 4.2 berikut ini adalah data hasil uji validitas Kafe Havermeelkoek

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas

<b>Kepentingan</b>				<b>Kinerja</b>			
<b>Atribut</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Atribut</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
T1	0,413	0,2199	<b>Valid</b>	T1	0,292	0,2199	<b>Valid</b>
T2	0,434	0,2199	<b>Valid</b>	T2	0,481	0,2199	<b>Valid</b>
T3	0,261	0,2199	<b>Valid</b>	T3	0,387	0,2199	<b>Valid</b>
T4	0,457	0,2199	<b>Valid</b>	T4	0,439	0,2199	<b>Valid</b>
T5	0,338	0,2199	<b>Valid</b>	T5	0,248	0,2199	<b>Valid</b>
T6	0,417	0,2199	<b>Valid</b>	T6	0,408	0,2199	<b>Valid</b>
T7	0,381	0,2199	<b>Valid</b>	T7	0,365	0,2199	<b>Valid</b>
T8	0,431	0,2199	<b>Valid</b>	T8	0,298	0,2199	<b>Valid</b>
T9	0,369	0,2199	<b>Valid</b>	T9	0,261	0,2199	<b>Valid</b>
T10	0,268	0,2199	<b>Valid</b>	T10	0,504	0,2199	<b>Valid</b>
T11	0,478	0,2199	<b>Valid</b>	T11	0,314	0,2199	<b>Valid</b>
RL1	0,475	0,2199	<b>Valid</b>	RL1	0,500	0,2199	<b>Valid</b>
RL2	0,518	0,2199	<b>Valid</b>	RL2	0,327	0,2199	<b>Valid</b>
RL3	0,287	0,2199	<b>Valid</b>	RL3	0,458	0,2199	<b>Valid</b>
RL4	0,262	0,2199	<b>Valid</b>	RL4	0,408	0,2199	<b>Valid</b>
RL5	0,443	0,2199	<b>Valid</b>	RL5	0,434	0,2199	<b>Valid</b>
Rs1	0,436	0,2199	<b>Valid</b>	Rs1	0,389	0,2199	<b>Valid</b>
Rs2	0,468	0,2199	<b>Valid</b>	Rs2	0,332	0,2199	<b>Valid</b>
Rs3	0,479	0,2199	<b>Valid</b>	Rs3	0,355	0,2199	<b>Valid</b>
Rs4	0,499	0,2199	<b>Valid</b>	Rs4	0,474	0,2199	<b>Valid</b>
Rs5	0,443	0,2199	<b>Valid</b>	Rs5	0,287	0,2199	<b>Valid</b>
A1	0,364	0,2199	<b>Valid</b>	A1	0,374	0,2199	<b>Valid</b>
A2	0,531	0,2199	<b>Valid</b>	A2	0,333	0,2199	<b>Valid</b>
A3	0,493	0,2199	<b>Valid</b>	A3	0,377	0,2199	<b>Valid</b>
A4	0,267	0,2199	<b>Valid</b>	A4	0,345	0,2199	<b>Valid</b>
E1	0,445	0,2199	<b>Valid</b>	E1	0,386	0,2199	<b>Valid</b>
E2	0,379	0,2199	<b>Valid</b>	E2	0,322	0,2199	<b>Valid</b>
E3	0,377	0,2199	<b>Valid</b>	E3	0,357	0,2199	<b>Valid</b>
E4	0,519	0,2199	<b>Valid</b>	E4	0,378	0,2199	<b>Valid</b>
E5	0,382	0,2199	<b>Valid</b>	E5	0,546	0,2199	<b>Valid</b>

Berdasarkan hasil uji Validitas instrument pada tabel 4.1 bahwa semua item memiliki koefisien korelasi (rhitung) bernilai positif dan lebih besar dari  $r_{tabel} = 0,2199$  yang berarti **valid**.

#### 4.4. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* untuk menguji *reliable* tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan *reliable* bila nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$ . Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah

Tabel 4.3 Hasil Uji Reliability

Penilaian	Koefisien Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Kepentingan	0,831	0,6	Handal
Kinerja	0,796	0,6	Handal

Hasil perhitungan uji reabilitas dengan menggunakan software spss dapat dilihat pada *Cronbach's Alpha*. Data dinyatakan *reliable* apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$ . Setelah dilakukan perhitungan menggunakan SPSS diketahui nilai Cronbach's Alpha Kepentingan  $0,831 > 0,6$  maka butir pertanyaan kepentingan dinyatakan *reliable* dan untuk *Cronbach's Alpha* Kinerja diketahui  $0,796 > 0,6$  maka butir pertanyaan Kinerja dinyatakan *Reliable*.

#### 4.5. Pengolahan Data *Service Quality*

##### 4.5.1 Bukti Fisik (*Tangible*)

*Tangible* atau bukti fisik dapat diartikan bagaimana tampilan fisik yang diberikan kepada konsumen dan dirasakan langsung oleh konsumen, pada dimensi ini dirasakan pertama kali oleh konsumen.oleh karena itu aspek ini dianggap penting untuk *service quality*. Pada aspek ini berdasarkan nilai gap yang diperoleh dari rumus pelayanan persepsi (P) – ekspektasi (E) maka dapat dilihat pada tabel 4.4 semua atribut bernilai negatif (-) sehingga menandakan

bahwa persepsi pelanggan terhadap kinerja perusahaan lebih rendah dari pada harapan pelanggan.

Tabel 4.4 Nilai *GAP* Dimensi *Tangible*

No	Atribut	Kinerja	Kepentingan	GAP
1	T1	4,14	4,15	-0,01
2	T2	3,94	4,16	-0,23
3	T3	4,06	4,14	-0,08
4	T4	4,15	4,03	0,13
5	T5	4,29	4,10	0,19
6	T6	4,08	4,01	0,06
7	T7	4,16	4,00	0,16
8	T8	4,13	4,15	-0,03
9	T9	4,13	4,03	0,10
10	T10	4,11	4,10	0,01
11	T11	4,13	4,15	-0,03
<b>Rata - Rata</b>		4,12	4,09	0,03

#### 4.5.2 Keandalan (*Reliability*)

Pada dimensi *Reliability* ini yang berarti kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan terhadap pelanggan. Pada dimensi ini semua nilai tabel 4.5 pada bagian gap bernilai negatif (-) sehingga harapan pelanggan Kafe Havermeelkoek belum terpenuhi dengan kenyataan yang diharapkan.

Tabel 4.5 Nilai *GAP* Dimensi *Reliability*

No	Atribut	Kinerja	Kepentingan	GAP
1	RL1	4,13	4,18	-0,05
2	RL2	4,14	4,19	-0,05
3	RL3	4,05	4,20	-0,15
4	RL4	4,05	4,10	-0,05
5	RL5	4,09	4,06	0,03
<b>Rata - Rata</b>		4,09	4,15	-0,05

#### 4.5.3 Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Pada dimensi *Responsiveness* ini menunjukkan bagaimana karyawan dapat memberikan pelayanan yang tanggap dan tepat terhadap konsumen, karena kita ketahui bahwa pelanggan ingin segera dilayani secara cepat dan juga menjadi prioritas utama saat datang. Berdasarkan perhitungan gap yang diperoleh dengan cara Persepsi (P) - Ekspektasi (E) pada tabel 4.6 tersebut nilai gap bernilai negatif (-) sehingga harapan pelanggan Kafe Havermeelkoek belum terpenuhi dengan kenyataan yang diharapkan.

Tabel 4.6 Nilai *GAP* Dimensi *Responsiveness*

No	Atribut	Kinerja	Kepentingan	GAP
1	Rs1	3,94	4,18	-0,24
2	Rs2	4,24	4,15	0,09
3	Rs3	4,13	4,08	0,05
4	Rs4	4,08	4,23	-0,15
5	Rs5	4,26	4,18	0,09
<b>Rata - Rata</b>		4,13	4,16	-0,03

#### 4.5.4 Jaminan (*Assurance*)

Pada dimensi *Assurance* yang merupakan dimensi yang diharapkan dapat menumbuhkan rasa nyaman dan aman terhadap pelanggan terdapat empat aspek yang menjadi parameter dalam pengujian ini, pada keempat aspek tersebut yang tertera pada tabel 4.7 memiliki nilai gap yang negatif (-) sehingga dapat diartikan bahwa pelanggan Kafe Havermeelkoek belum terpenuhi dengan kenyataan yang diharapkan

Tabel 4.7 Nilai *GAP* Terhadap Dimensi *Assurance*

No	Atribut	Kinerja	Kepentingan	GAP
1	A1	4,14	4,15	-0,01
2	A2	4,08	4,05	0,03
3	A3	4,20	4,18	0,03
4	A4	4,39	4,18	0,21
<b>Rata - Rata</b>		4,20	4,14	0,06

#### 4.5.5 Empati (*Emphaty*)

Empathy adalah adanya perhatian secara individual dari perusahaan terhadap konsumennya. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Pada dimensi ini semua atribut mendapatkan penilaian negatif (-) yang mana pelanggan merasa kurang terpenuhi dengan apa yang ada pada setiap atribut pada dimensi ini. Untuk selengkapnya dalam dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4.8 Nilai *GAP* Terhadap Dimensi *Emphaty*

No	Atribut	Kinerja	Kepentingan	GAP
1	E1	4,00	4,00	0,00
2	E2	4,20	4,20	0,00
3	E3	3,94	4,00	-0,06
4	E4	4,08	4,03	0,05
5	E5	3,95	4,21	-0,26
<b>Rata - Rata</b>		4,03	4,09	-0,06

#### 4.5.6 Nilai *Gap* keseluruhan

Berdasarkan hasil perhitungan pengolahan data gap keseluruhan, maka diperoleh nilai rata-rata gap keseluruhan adalah -0,01

Tabel 4.9 Nilai *Gap* Keseluruhan Dimensi

Atribut	Kinerja	Kepentingan	GAP
T1	4,14	4,15	-0,01
T2	3,94	4,16	-0,23
T3	4,06	4,14	-0,08
T4	4,15	4,03	0,13
T5	4,29	4,10	0,19
T6	4,08	4,01	0,06
T7	4,16	4,00	0,16
T8	4,13	4,15	-0,03
T9	4,13	4,03	0,10
T10	4,11	4,10	0,01
T11	4,13	4,15	-0,03

Atribut	Kinerja	Kepentingan	GAP
RL1	4,13	4,18	-0,05
RL 2	4,14	4,19	-0,05
RL3	4,05	4,20	-0,15
RL 4	4,05	4,10	-0,05
RL5	4,09	4,06	0,03
Rs1	3,94	4,18	-0,24
Rs2	4,24	4,15	0,09
Rs3	4,13	4,08	0,05
Rs4	4,08	4,23	-0,15
Rs5	4,26	4,18	0,09
A1	4,14	4,15	-0,01
A2	4,08	4,05	0,03
A3	4,20	4,18	0,03
A4	4,39	4,18	0,21
E1	4,00	4,00	0,00
E2	4,20	4,20	0,00
E3	3,94	4,00	-0,06
E4	4,08	4,03	0,05
E5	3,95	4,21	-0,26
<b>Rata - Rata Total</b>	4,11	4,12	-0,01

#### 4.5.7 Perhitungan Kualitas Pelayanan

Untuk menganalisis kualitas pelayan dari perusahaan kepada pelanggan menggunakan rumus :

$$Kualitas\ Layanan\ (Q) = \frac{Penilaian\ (Persepsi)}{Harapan}$$

Dari hasil perhitungan jika  $Q \geq 1$ , maka kesenjangan atas kualitas pelayanan dinyatakan baik dan apabila  $Q < 1$ . Maka dikatakan kesenjangan atas kualitas pelayanan yang diberikan belum dikatakan baik. Jika dilihat pada hasil perhitungan kualitas layanan pada perusahaan Kafe Havermeelkoek pada tabel 4.10 bahwa belum  $\geq 1$ , maka dikatakan kurang baik.

Tabel 4.10 Perhitungan Kualitas Pelayanan

No	Dimensi	Persepsi (P)	Harapan (E)	GAP	Q=P/E
1	<i>Tangibles</i>	4,12	4,09	0,03	1,0064
2	<i>Reliability</i>	4,09	4,15	-0,05	0,9867
3	<i>Responsiveness</i>	4,13	4,16	-0,03	0,9922
4	<i>Assurance</i>	4,20	4,14	0,06	1,0151
5	<i>Empaty</i>	4,03	4,09	-0,06	0,9865
Rata - Rata		4,11	4,12	-0,01	0,9974

#### 4.5.8 Data Ranking Gap Keseluruhan

Dari hasil perhitungan nilai rata-rata gap secara keseluruhan, maka didapatkan urutan nilai gap dari yang tertinggi hingga yang terendah seperti yang bisa dilihat pada table 4.11 berikut :

Tabel 4.11 Data *Ranking Gap Service Quality*

Atribut	Kinerja	Kepentingan	Rangking	GAP
T1	4,14	4,15	18	-0,0125
T2	3,94	4,16	28	-0,2250
T3	4,06	4,14	25	-0,0750
T4	4,15	4,03	4	0,1250
T5	4,29	4,10	2	0,1875
T6	4,08	4,01	8	0,0625
T7	4,16	4,00	3	0,1625
T8	4,13	4,15	19	-0,0250
T9	4,13	4,03	5	0,1000
T10	4,11	4,10	14	0,0125
T11	4,13	4,15	20	-0,0250
RL1	4,13	4,18	23	-0,0500
RL 2	4,14	4,19	22	-0,0500
RL3	4,05	4,20	27	-0,1500
RL 4	4,05	4,10	21	-0,0500
RL5	4,09	4,06	13	0,0250
Rs1	3,94	4,18	29	-0,2375
Rs2	4,24	4,15	7	0,0875
Rs3	4,13	4,08	9	0,0500
Rs4	4,08	4,23	26	-0,1500
Rs5	4,26	4,18	6	0,0875

<b>Atribut</b>	<b>Kinerja</b>	<b>Kepentingan</b>	<b>Rangking</b>	<b>GAP</b>
A1	4,14	4,15	17	-0,0125
A2	4,08	4,05	12	0,0250
A3	4,20	4,18	11	0,0250
A4	4,39	4,18	1	0,2125
E1	4,00	4,00	16	0,0000
E2	4,20	4,20	15	0,0000
E3	3,94	4,00	24	-0,0625
E4	4,08	4,03	10	0,0500
E5	3,95	4,21	30	-0,2625

#### 4.6. *Customer Satisfaction Index*

Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayan dari kafe havermeelkoek ini maka dilakukan pengukuran dengan menggunakan *Customer Satisfaction Index (CSI)* yang dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4.12 *Customer Satisfaction Index (CSI)*

<b>No</b>	<b>Atribut</b>	<b>Tingkat Kepentingan</b>	<b>Tingkat Kinerja</b>	<b>WF</b>	<b>WS</b>	<b>CSI (%)</b>
		<b>MIS</b>	<b>MSS</b>			
1	T1	4,15	4,14	0,03	0,14	
2	T2	4,16	3,94	0,03	0,13	
3	T3	4,14	4,06	0,03	0,14	
4	T4	4,03	4,15	0,03	0,14	
5	T5	4,10	4,29	0,03	0,14	
6	T6	4,01	4,08	0,03	0,13	
7	T7	4,00	4,16	0,03	0,13	
8	T8	4,15	4,13	0,03	0,14	
9	T9	4,03	4,13	0,03	0,13	
10	T10	4,10	4,11	0,03	0,14	
11	T11	4,15	4,13	0,03	0,14	
12	RL1	4,18	4,13	0,03	0,14	
13	RL 2	4,19	4,14	0,03	0,14	
14	RL3	4,20	4,05	0,03	0,14	
15	RL 4	4,10	4,05	0,03	0,13	
16	RL5	4,06	4,09	0,03	0,13	

No	Atribut	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja	WF	WS	CSI (%)
		MIS	MSS			
17	Rs1	4,18	3,94	0,03	0,13	
18	Rs2	4,15	4,24	0,03	0,14	
19	Rs3	4,08	4,13	0,03	0,14	
20	Rs4	4,23	4,08	0,03	0,14	
21	Rs5	4,18	4,26	0,03	0,14	
22	A1	4,15	4,14	0,03	0,14	
23	A2	4,05	4,08	0,03	0,13	
24	A3	4,18	4,20	0,03	0,14	
25	A4	4,18	4,39	0,03	0,15	
26	E1	4,00	4,00	0,03	0,13	
27	E2	4,20	4,20	0,03	0,14	
28	E3	4,00	3,94	0,03	0,13	
29	E4	4,03	4,08	0,03	0,13	
30	E5	4,21	3,95	0,03	0,13	
<b>Total</b>		123,53			4,11	
<b>CSI (%)</b>						82,24%

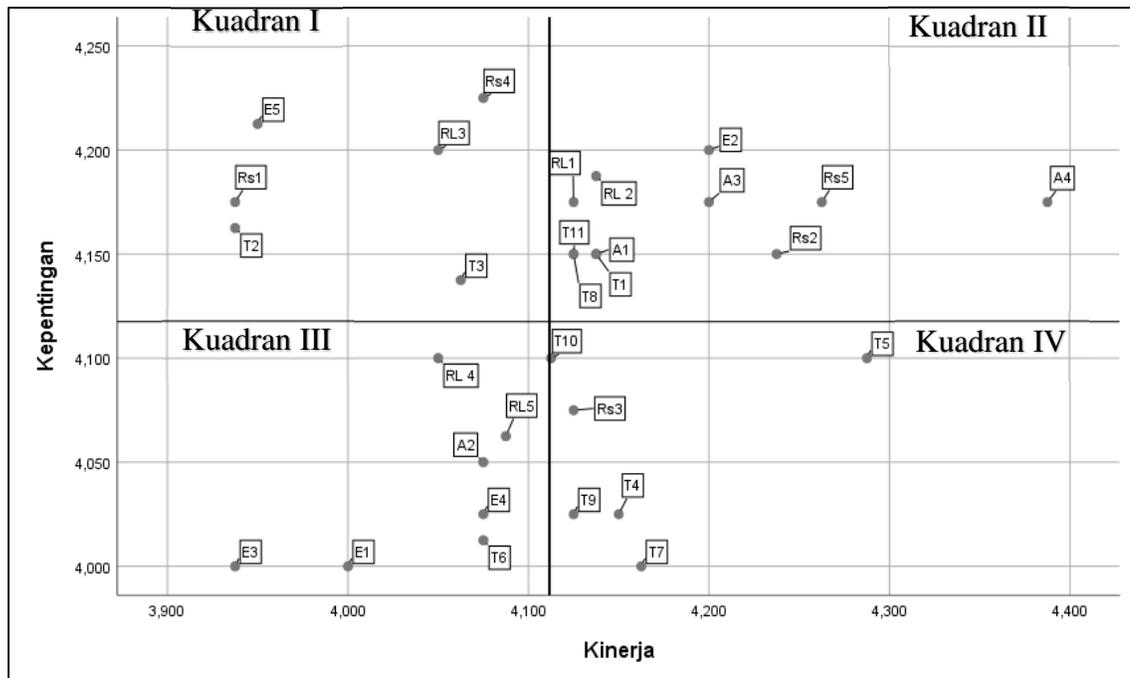
Dari table 4.12 diatas dapat diketahui bahwa nilai CSI kepuasan konsumen sebesar 82,24% ini terdapat pada rentang 81% - 100% dimana tingkat kepuasan konsumen “Sangat Puas”.

#### 4.7. Pengolahan Data *Importance Performance Analysis* (IPA)

Setelah diketahui *score servqual* selanjutnya dilakukan analisis kepentingan kinerja. Analisis ini digunakan untuk mengetahui posisi atribut kualitas pelayanan berdasarkan harapan mengenai tingkat kepentingan (ekspektasi) dan kinerja (persepsi) menurut konsumen. Selain itu, juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi tindakan apa yang harus dilakukan oleh kafe berkaitan dengan posisi atribut.

Sebelum menjabarkan kedalam diagram kartesius, terlebih dahulu mengetahui tingkat kepentingan-kinerja yang didapat dari rata-rata dari ekspektasi atau tingkat kepentingan dari masing-masing responden tiap atribut (Y) dan rata - rata dari persepsi atau

kinerja dari masing-masing responden tiap atribut (X). Data tersebut kemudian dijabarkan dalam diagram kartesius, sehingga akan diketahui letak kuadran dari masing-masing atribut. Dalam penelitian ini, diagram kartesius *Importance Performance Analysis* (IPA) dibuat dengan menggunakan SPSS 18.0. Hasil dari input data kuesioner kepuasan pelanggan ke dalam SPSS menghasilkan output seperti yang ditunjukkan pada gambar 4. 4 berikut.



Gambar 4. 4 Diagram kartesius