

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1. Profil Perusahaan

Rumah Mesin adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pembuatan dan penyediaan mesin pertanian, mesin perkebunan, mesin peternakan, pengolah sampah, mesin perikanan, alat dan mesin olahan makanan, mesin kemasan sampai alat laboratorium. Perusahaan didirikan oleh Bapak Mansur Mashuri pada tahun 2015 dan dikelola oleh CV. Rumah Mesin. Dengan kantor dan pabrik pembuatan di Yogyakarta. Alamat lengkap perusahaan CV Rumah Mesin terletak di Jl. Parangtritis km 5,6 Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Struktur CV Rumah Mesin dipimpin oleh seorang direktur dengan empat manajer di bawahnya. Empat divisi tersebut adalah manajer Keuangan, manajer *Marketing*, Manajer Produksi, serta manajer Umum dan SDM. Divisi *Marketing* dibagi menjadi dua, yaitu divisi *Digital Marketing* serta *Sales & Customer Service*. Bagan struktur Organisasi CV Rumah Mesin secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 1.

4.2. Variabel-variabel Penilaian

Dalam pengumpulan data yang berisi harapan dan persepsi pelanggan, penelitian ini menggunakan 18 variabel pertanyaan yang diajukan kepada konsumen CV Rumah Mesin. Variabel-variabel pertanyaan tersebut disajikan pada tabel 4.1.

Tabel 4.1. Variabel-variabel Penilaian

No	Variabel-variabel Penilaian
	Atribut Brand
1	Produk "Rumah Mesin" aman untuk dioperasikan
2	Produk "Rumah Mesin" memberikan kenyamanan dalam pemakaian
3	Produk "Rumah Mesin" mudah dilakukan perbaikan jika terjadi kerusakan
4	Produk "Rumah Mesin" mudah untuk dioperasikan
5	Perusahaan menyediakan berbagai macam pilihan jenis model Mesin
6	Produk "Rumah Mesin" mampu bekerja secara maksimal dalam jangka waktu lama
	Atribut Service
7	Perusahaan mempunyai fasilitas pendukung yang baik (contoh: <i>hotline</i> untuk pesanan dan keluhan)
8	Perusahaan tidak akan pernah sibuk (mengabaikan) respon dari pelanggan (Contoh: Keluhan pengiriman atau pesanan).
9	Perusahaan memberikan jaminan perbaikan atau penggantian terhadap produk yang telah dibeli.
10	Perusahaan memiliki karyawan yang perhatian dalam menanggapi permintaan dan keluhan dari konsumen.
11	Perusahaan memberikan kemudahan dalam pemesanan dan pembayaran produk.
12	Perusahaan memberikan penyelesaian dan penanganan pelayanan dengan cepat dan tepat.
	Atribut Process
13	Pengiriman produk dikemas dengan menarik.
14	Kemasan pengiriman produk aman dan terlindungi.
15	Jasa pengiriman produk dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen.
16	Perusahaan mengirimkan produk secara cepat
17	Pengiriman produk sesuai dengan pesanan konsumen (Tidak pernah salah).
18	Pengiriman pesanan produk sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan.

Sumber: (Pengolahan data, 2019)

4.3. Uji Validitas

Setelah data terkumpul, proses selanjutnya adalah pengolahan data untuk uji validitas menggunakan *software* SPSS 23 for windows. Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi pengukurannya. Uji validitas dilakukan dengan menghitung nilai *r* masing-masing item pernyataan. Setelah didapatkan nilai *r* hitung dari *software* SPSS kemudian dibandingkan dengan nilai *r* tabel, jika nilai *r* hitung > *r* tabel dan bernilai positif maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid. Begitupun sebaliknya jika nilai *r* hitung < *r* tabel atau bernilai negatif maka item pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid. Dari hasil uji validitas, semua item pernyataan atribut kinerja dan harapan dinyatakan valid dikarenakan mempunyai nilai *r* hitung di atas nilai *r* tabel (0,361).

4.3.1. Uji Validitas Kinerja

a. Variabel *Brand*

Tabel 4.2. Tabel Uji validitas variabel *brand*

Variabel	Nilai <i>r</i> hitung	Nilai <i>r</i> tabel	Keputusan
B1	0,759	0,361	Valid
B2	0,715	0,361	Valid
B3	0,687	0,361	Valid
B4	0,790	0,361	Valid
B5	0,642	0,361	Valid
B6	0,716	0,361	Valid

Sumber: (Pengolahan data, 2019)

b. Variabel *Service*

Tabel 4.3. Tabel Uji validitas variabel *service*

Variabel	Nilai <i>r</i> hitung	Nilai <i>r</i> tabel	Keputusan
S1	0,700	0,361	Valid
S2	0,617	0,361	Valid
S3	0,797	0,361	Valid
S4	0,584	0,361	Valid
S5	0,772	0,361	Valid
S6	0,848	0,361	Valid

Sumber: (Pengolahan data, 2019)

c. Variabel *Process*

Tabel 4.4. Tabel Uji validitas variabel *Process*

Variabel	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keputusan
P1	0,718	0,361	Valid
P2	0,743	0,361	Valid
P3	0,688	0,361	Valid
P4	0,771	0,361	Valid
P5	0,611	0,361	Valid
P6	0,603	0,361	Valid

Sumber: (*Pengolahan data, 2019*)

4.3.2. Uji Validitas Harapan

a. Variabel *Brand*

Tabel 4.5. Tabel Uji validitas variabel *brand*

Variabel	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keputusan
B1	0,748	0,361	Valid
B2	0,738	0,361	Valid
B3	0,881	0,361	Valid
B4	0,766	0,361	Valid
B5	0,672	0,361	Valid
B6	0,805	0,361	Valid

Sumber: (*Pengolahan data, 2019*)

b. Variabel *Service*

Tabel 4.6. Tabel Uji validitas variabel *service*

Variabel	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keputusan
S1	0,786	0,361	Valid
S2	0,814	0,361	Valid
S3	0,903	0,361	Valid
S4	0,694	0,361	Valid
S5	0,840	0,361	Valid
S6	0,779	0,361	Valid

Sumber: (*Pengolahan data, 2019*)

c. Variabel *Process*

Tabel 4.7. Tabel Uji validitas variabel *Process*

Variabel	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keputusan
P1	0,768	0,361	Valid
P2	0,803	0,361	Valid
P3	0,710	0,361	Valid
P4	0,589	0,361	Valid
P5	0,758	0,361	Valid
P6	0,659	0,361	Valid

Sumber: (*Pengolahan data, 2019*)

4.4. Uji Reliabilitas

Setelah hasil uji validitas diperoleh, kemudian data diolah untuk dilakukan uji reliabilitas menggunakan SPSS 23 *for windows*. Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Adapun hasil uji reliabilitas tingkat kinerja dan harapan adalah sebagai berikut

4.4.1. Uji Reliabilitas Kinerja

Tabel 4.8. Tabel Uji reliabilitas kinerja

Uji Reliabilitas	α	Alpha Cronbach's	Keputusan
Variabel <i>Brand</i>	0,811	0,7	Reliabel
Variabel <i>Service</i>	0,819	0,7	Reliabel
Variabel <i>Process</i>	0,775	0,7	Reliabel

Sumber: (*Pengolahan data, 2019*)

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa semua nilai *alpha* tingkat kinerja di atas 0,7. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa instrumen dinyatakan *reliable*.

4.4.2. Uji Reliabilitas Harapan

Tabel 4.9. Tabel Uji reliabilitas harapan

Uji Reliabilitas	A	Alpha Cronbach's	Keputusan
Variabel <i>Brand</i>	0,862	0,7	Reliabel
Variabel <i>Service</i>	0,886	0,7	Reliabel
Variabel <i>Process</i>	0,798	0,7	Reliabel

Sumber: (Pengolahan data, 2019)

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa semua nilai *alpha* tingkat kinerja di atas 0,7. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa instrumen dinyatakan *reliable*.

4.5. Penentuan GAP Analysis

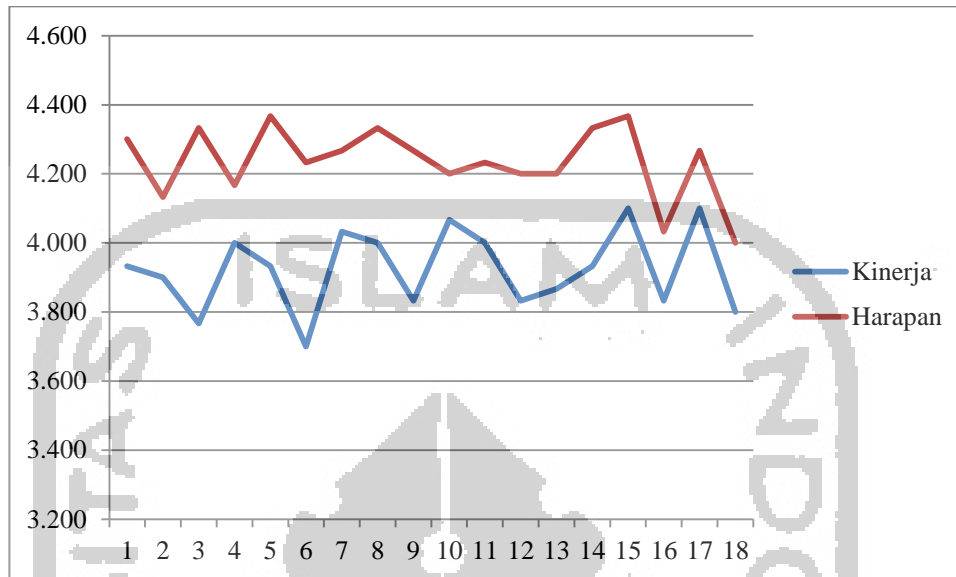
Gap Analysis merupakan selisih antara skor kinerja dan skor harapan. Analisis GAP nantinya digunakan oleh pihak perusahaan sebagai alat evaluasi yang menitikberatkan pada kesenjangan kinerja perusahaan saat ini dengan kinerja yang sudah ditargetkan sebelumnya. Nilai GAP Analysis dapat dilihat pada tabel 4.10. berikut ini:

Tabel 4.10. Tabel Nilai GAP

No	Variabel	Atribut	Kinerja	Harapan	GAP
<i>Atribut Brand</i>					
1	B1	Produk "Rumah Mesin" aman untuk dioperasikan	3,933	4,300	-0,367
2	B2	Produk "Rumah Mesin" memberikan kenyamanan dalam pemakaian	3,900	4,133	-0,233
3	B3	Produk "Rumah Mesin" mudah dilakukan perbaikan jika terjadi kerusakan	3,767	4,333	-0,567
4	B4	Produk "Rumah Mesin" mudah untuk dioperasikan	4,000	4,167	-0,167
5	B5	Perusahaan menyediakan berbagai macam pilihan jenis model Mesin	3,933	4,367	-0,433
6	B6	Produk "Rumah Mesin" mampu bekerja secara maksimal dalam jangka waktu lama	3,700	4,233	-0,533
Rata-rata			3,872	4,256	-0,383

Atribut <i>Service</i>					
7	S1	Perusahaan mempunyai fasilitas pendukung yang baik (contoh: hotline untuk pesanan dan keluhan)	4,033	4,267	-0,233
8	S2	Perusahaan tidak akan pernah sibuk (mengabaikan) respon dari pelanggan (Contoh: Keluhan pengiriman atau pesanan).	4,000	4,333	-0,333
9	S3	Perusahaan memberikan jaminan perbaikan atau penggantian terhadap produk yang telah dibeli.	3,833	4,267	-0,433
10	S4	Perusahaan memiliki karyawan yang perhatian dalam menanggapi permintaan dan keluhan dari konsumen.	4,067	4,200	-0,133
11	S5	Perusahaan memberikan kemudahan dalam pemesanan dan pembayaran produk.	4,000	4,233	-0,233
12	S6	Perusahaan memberikan penyelesaian dan penanganan pelayanan dengan cepat dan tepat.	3,833	4,200	-0,367
Rata-rata			3,961	4,250	-0,289
Atribut <i>Process</i>					
13	P1	Pengiriman produk dikemas dengan menarik.	3,867	4,200	-0,333
14	P2	Kemasan pengiriman produk aman dan terlindungi.	3,933	4,333	-0,400
15	P3	Jasa pengiriman produk dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen.	4,100	4,367	-0,267
16	P4	Perusahaan mengirimkan produk secara cepat	3,833	4,033	-0,200
17	P5	Pengiriman produk sesuai dengan pesanan konsumen (Tidak pernah salah).	4,100	4,267	-0,167
18	P6	Pengiriman pesanan produk sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan.	3,800	4,000	-0,200
Rata-rata			3,939	4,200	-0,261

Sumber: (Pengolahan data, 2019)



Gambar 4.1. Grafik nilai kinerja dan harapan

4.6. Perhitungan Pembobotan AHP

4.6.1. Bobot Pada Kriteria Utama

Pengolahan data penelitian untuk mendapatkan pembobotan dilakukan dengan bantuan *software Super Decisions*. Berikut adalah nilai bobot dari kriteria utama:

Tabel 4.11. Nilai bobot pada kriteria utama

No	Kriteria Utama	Bobot
1	Kriteria <i>Brand</i>	0,413
2	Kriteria <i>Service</i>	0,327
3	Kriteria <i>Process</i>	0,260

Inconsistency Ratio : 0,052

Dari tabel 4.11 dapat diketahui bahwa bobot kriteria *brand* mempunyai nilai tertinggi dari kedua kriteria lainnya dengan bobot nilai 0,413. Berdasarkan hasil dari kuisioner tersebut, kriteria *brand* berpengaruh besar kedua kriteria lainnya. Selanjutnya bobot nilai tertinggi setelah *brand* diikuti *service* (0,327), dan *process* (0,260). Nilai *Inconsistency Ratio* sebesar 0,052 atau di bawah 0,1., maka dapat dikatakan responden konsisten dalam memberikan jawaban.

4.6.2. Bobot Pada Subkriteria *Brand*

Berikut ini merupakan nilai bobot pada subkriteria *Brand*

Tabel 4.12. Nilai bobot pada Subkriteria *Brand*

No	Variabel	Subkriteria <i>Brand</i>	Bobot
1	B1	Produk "Rumah Mesin" aman untuk dioperasikan	0,272
2	B2	Produk "Rumah Mesin" memberikan kenyamanan dalam pemakaian	0,241
3	B3	Produk "Rumah Mesin" mudah dilakukan perbaikan jika terjadi kerusakan	0,059
4	B4	Produk "Rumah Mesin" mudah untuk dioperasikan	0,112
5	B5	Perusahaan menyediakan berbagai macam pilihan jenis model Mesin	0,210
6	B6	Produk "Rumah Mesin" mampu bekerja secara maksimal dalam jangka waktu lama	0,105

Inconsistency Ratio : 0,060

Seperti digambarkan pada tabel di atas, tingkat kepentingan dan prioritas faktor pengukuran kriteria *brand* adalah “faktor keamanan produk (0,272)”, “kenyamanan pemakaian produk (0,241)”, “pilihan jenis produk (0,210)”, “kemudahan pengoperasian produk (0,112)”, , “faktor kinerja mesin yang maksimal (0,105)”, serta “kemudahan perbaikan mesin jika rusak (0,059)”. Nilai *Inconsistency Ratio* sebesar 0,060 atau di bawah 0,1, maka dapat dikatakan responden konsisten dalam memberikan jawaban.

4.6.3. Bobot Pada Subkriteria *Service*

Berikut ini merupakan nilai bobot pada subkriteria *Service*

Tabel 4.13. Nilai bobot pada Subkriteria *Service*

No	Variabel	Subkriteria <i>Service</i>	Bobot
1	S1	Perusahaan mempunyai fasilitas pendukung yang baik (contoh: hotline untuk pesanan dan keluhan)	0,046
2	S2	Perusahaan tidak akan pernah sibuk (mengabaikan) respon dari pelanggan (Contoh: Keluhan pengiriman atau pesanan).	0,237
3	S3	Perusahaan memberikan jaminan perbaikan atau penggantian terhadap produk yang telah dibeli.	0,295
4	S4	Perusahaan memiliki karyawan yang perhatian dalam menanggapi permintaan dan keluhan dari konsumen.	0,137

5	S5	Perusahaan memberikan kemudahan dalam pemesanan dan pembayaran produk	0,091
6	S6	Perusahaan memberikan penyelesaian dan penanganan pelayanan dengan cepat dan tepat.	0,193

Inconsistency Ratio : 0,085

Seperti digambarkan pada tabel di atas, tingkat kepentingan dan prioritas faktor pengukuran kriteria *service* adalah “jaminan perbaikan produk (0,295)”, “perusahaan yang tidak pernah mengabaikan konsumen (0,237)”, “penyelesaian dan penanganan yang cepat dan tepat (0,193)”, ”perhatian karyawan dalam menanggapi permintaan dan keluhan (0,137)”, “kemudahan dalam pemesanan dan pembayaran (0,091)”, serta “kesediaan fasilitas pendukung yang baik (0,046)”. Nilai *Inconsistency Ratio* sebesar 0,085 atau di bawah 0,1, maka dapat dikatakan responden konsisten dalam memberikan jawaban.

4.6.4. Bobot Pada Subkriteria *Process*

Berikut ini merupakan nilai bobot pada subkriteria *Process*

Tabel 4.14. Nilai bobot pada Subkriteria *Process*

No	Variabel	Subkriteria <i>Process</i>	Bobot
1	P1	Pengiriman produk dikemas dengan menarik.	0,039
2	P2	Kemasan pengiriman produk aman dan terlindungi.	0,379
3	P3	Jasa pengiriman produk dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen.	0,052
4	P4	Perusahaan mengirimkan produk secara cepat	0,099
5	P5	Pengiriman produk sesuai dengan pesanan konsumen (Tidak pernah salah).	0,249
6	P6	Pengiriman pesanan produk sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan.	0,182

Inconsistency Ratio : 0,088

Seperti digambarkan pada tabel di atas, tingkat kepentingan dan prioritas faktor pengukuran kriteria *Process* adalah “kemasan pengiriman produk yang aman dan terlindungi (0,379)”, “kesesuaian pesanan produk yang dikirim (0,249)”, “pengiriman sesuai waktu yang dijanjikan (0,182)”, “kecepatan pengiriman produk (0,099)”, “jasa pengiriman produk yang dapat disesuaikan (0,052)”, serta

“pengemasan produk yang menarik (0,039). Nilai *Inconsistency Ratio* sebesar 0,088 atau di bawah 0,1, maka dapat dikatakan responden konsisten dalam memberikan jawaban.

4.7. Perhitungan kriteria terbobot

Nilai kriteria yang sudah terbobot didapatkan dari hasil perkalian nilai *gap* dengan nilai bobot dari AHP, maka prioritas kualitas layanan dapat dilihat pada tabel 4.15. berikut ini:

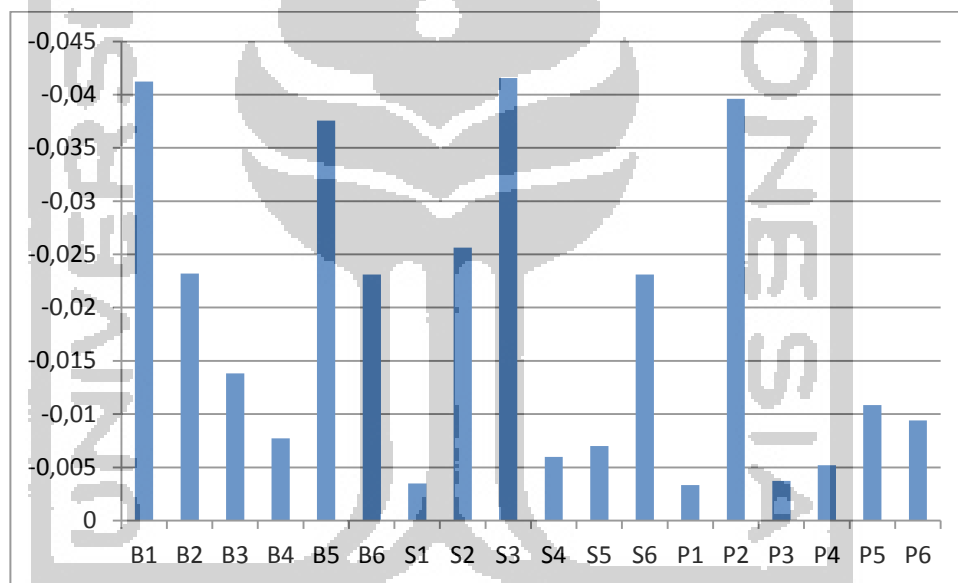
Tabel 4.15. Tabel nilai *gap* terbobot

No	Variabel	Bobot Dimensi	Bobot Subkriteria	GAP	GAP Terbobot	Ranking
1	Produk "Rumah Mesin" aman untuk dioperasikan	0,413	0,112	-0,367	-0,04123	2
2	Produk "Rumah Mesin" memberikan kenyamanan dalam pemakaian		0,100	-0,233	-0,02319	6
3	Produk "Rumah Mesin" mudah dilakukan perbaikan jika terjadi kerusakan		0,024	-0,567	-0,01382	9
4	Produk "Rumah Mesin" mudah untuk dioperasikan		0,046	-0,167	-0,00772	12
5	Perusahaan menyediakan berbagai macam pilihan jenis model Mesin		0,087	-0,433	-0,03755	4
6	Produk "Rumah Mesin" mampu bekerja secara maksimal dalam jangka waktu lama		0,043	-0,533	-0,02311	8
7	Perusahaan mempunyai fasilitas pendukung yang baik (contoh: <i>hotline</i> untuk pesanan dan keluhan)	0,327	0,015	-0,233	-0,00350	17
8	Perusahaan tidak akan pernah sibuk (mengabaikan) respon dari pelanggan (Contoh: Keluhan pengiriman atau pesanan).		0,077	-0,333	-0,02564	5
9	Perusahaan memberikan jaminan perbaikan atau penggantian terhadap produk yang telah dibeli.		0,096	-0,433	-0,04157	1
10	Perusahaan memiliki karyawan yang perhatian dalam menanggapi permintaan dan keluhan dari konsumen.		0,045	-0,133	-0,00599	14
11	Perusahaan memberikan kemudahan dalam pemesanan dan pembayaran produk		0,030	-0,233	-0,00699	13
12	Perusahaan memberikan penyelesaian dan penanganan pelayanan dengan cepat dan tepat.		0,063	-0,367	-0,02312	7

13	Pengiriman produk dikemas dengan menarik.	0,260	0,010	-0,333	-0,00333	18
14	Kemasan pengiriman produk aman dan terlindungi.		0,099	-0,400	-0,03960	3
15	Jasa pengiriman produk dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen.		0,014	-0,267	-0,00374	16
16	Perusahaan mengirimkan produk secara cepat		0,026	-0,200	-0,00520	15
17	Pengiriman produk sesuai dengan pesanan konsumen (Tidak pernah salah).		0,065	-0,167	-0,01086	10
18	Pengiriman pesanan produk sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan.		0,047	-0,200	-0,00940	11

Sumber: (Pengolahan data, 2019)

Grafik nilai *gap* terbobot hasil dari tabel di atas dapat ditunjukkan dalam gambar 4.2. berikut ini:



Gambar 4.2. Grafik nilai *gap* terbobot