

2.2 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu kesimpulan yang bersifat sementara dan kebenarannya akan diuji dikemudian hari. Dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut:

- a. Konsumen belum merasa puas terhadap jasa yang diberikan oleh Travel Zahra Transport di Yogyakarta.
- b. Diduga keandalan (Reliability) merupakan dimensi yang memberikan kepuasan paling tinggi bagi konsumen pengguna jasa Travel Zahra Transport di Yogyakarta.

c. Assurance/ Jaminan

$$\bar{x} = \frac{4,78 + 4,22 + 3,54}{3}$$

$$\bar{y} = \frac{4,82 + 4,42 + 3,65}{3}$$

$$\bar{x} = 12,54/3 = 4,18$$

$$\bar{y} = 12,89/3 = 4,30$$

d. Emphaty /Empati

$$\bar{x} = \frac{4,15 + 3,94 + 3,09}{3}$$

$$\bar{y} = \frac{4,59 + 4,24 + 3,61}{3}$$

$$\bar{x} = 11,18/3 = 3,73$$

$$\bar{y} = 12,45/3 = 4,15$$

e. Tangibles/bukti langsung

$$\bar{x} = \frac{4,38 + 3,87 + 3,11}{3}$$

$$\bar{y} = \frac{4,80 + 4,19 + 3,73}{3}$$

$$\bar{x} = 11,36/3 = 3,79$$

$$\bar{y} = 12,72/3 = 4,24$$

3. skor rata-rata kinerja dan rata-rata kepentingan keseluruhan faktor-faktor

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{K}$$

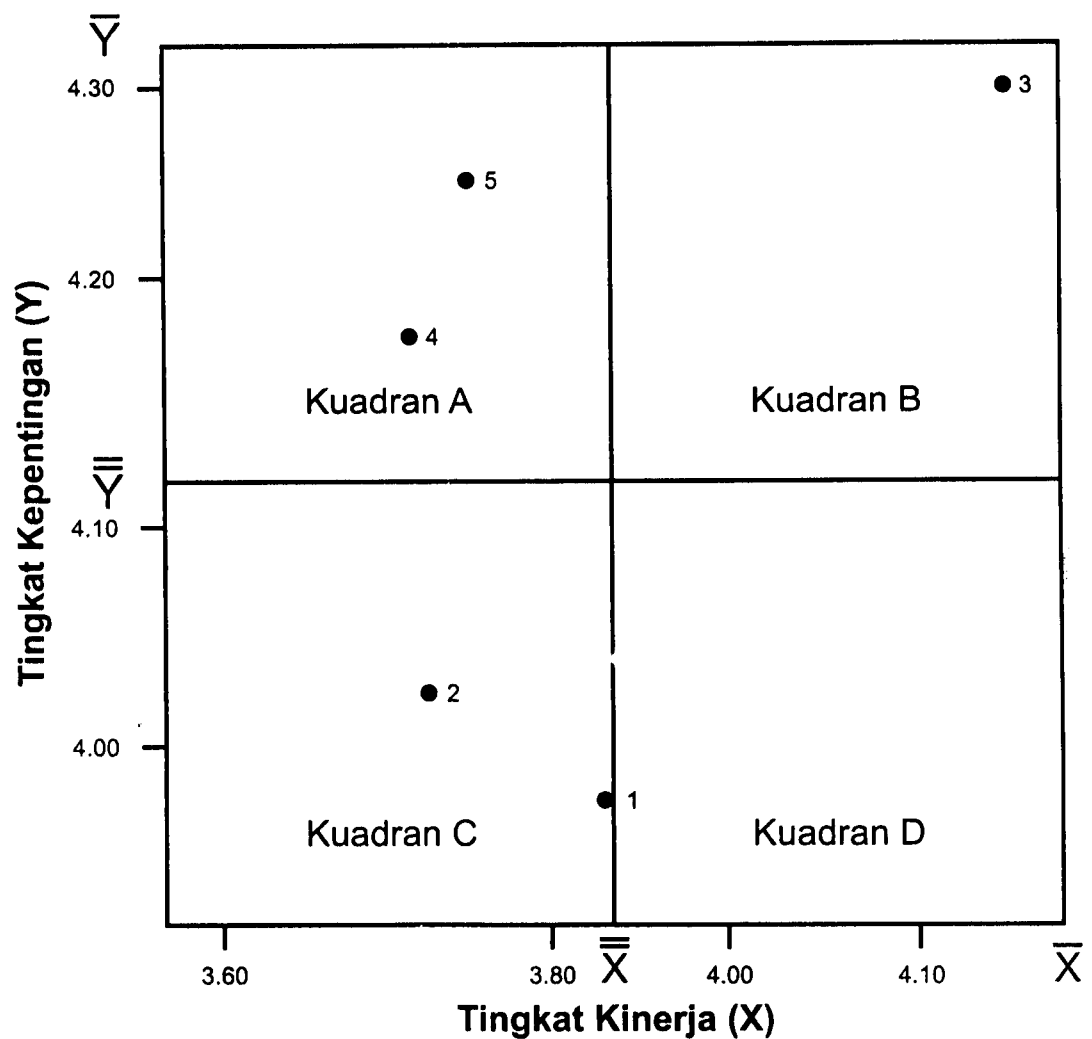
$$\bar{x} = \frac{3,86 + 3,78 + 4,18 + 3,78 + 3,79}{5}$$

$$= \frac{19,33}{5}$$

$$= 3,87$$

Berdasarkan tabel 4.18 tersebut selanjutnya dapat digambarkan kedalam Diagram Kartesius sebagai berikut:

Gambar 4.1 Diagram Kartesius Hasil Rata-rata Dimensi Kepentingan Konsumen dan Kinerja Faktor-Faktor Jasa Travel Zahra Transport di Yogyakarta.



Faktor faktor yang masuk dalam kuadran ini adalah

- Empathy
- Tangibles

Strategi yang harus digunakan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan prioritas utama yaitu perusahaan harus sesegera mungkin melakukan perbaikan terhadap kinerja faktor-faktor yang ada dalam kuadran ini, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh konsumen.

2. Kuadran B

Dalam kuadran B tersebut menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna jasa Travel Zahra Transport perlu dipertahankan karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan standar-standar rata-rata kinerja keseluruhan.

Faktor-faktor yang masuk dalam kuadran ini adalah

- Assurance

Strategi yang perlu dilakukan oleh perusahaan adalah terus mempertahankan kinerja dari faktor-faktor tersebut agar pelaksanaannya sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.

3. Kuadran C

Dalam kuadran C tersebut menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna jasa Travel Zahra Transport dinilai masih dianggap kurang penting oleh konsumen, sehingga prioritas pelaksanaan oleh perusahaan dilaksanakan biasa saja.