

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

***Kupersumbahkan karya ini kepada :***

***Ibu tersayang  
Bapakku  
Adikku  
Yang terkasih Ute***

8. Anak-anak kontrakan Lele 21 beserta isinya yang memberikan keamanan dan keteduhan
9. Teman-teman baikku Mamo, Banu, Didi, Re, dan Ari Soyot yang selalu memberi dorongan untuk menyelesaikan skripsi
10. Anak-anak Umbul harjo Nanang Sahili, Topek, Betet, Danang Sri yang memberi bantuan dalam penyusunan skripsi

Serta kepada semua pihak yang telah membantu yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

Wassalamu'alaikum wr.wb..

Yogyakarta, 09 Oktober 2006

Penulis

## DAFTAR TABEL

### Tabel

3.1 Hasil Uji Validitas Harapan.....	34
3.2 Hasil Uji Validitas Kinerja.....	35
3.3 Hasil Uji Reliabilitas Harapan.....	37
3.4 Hasil Uji Reliabilitas Kinerja .....	38
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	45
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	46
4.4 Hasil uji wilcoxon Berdasarkan Kinerja dan Harapan.....	51
4.5 Hasil Uji Kruskal-Wallis Pada Kepuasan Konsumen.....	56

perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan serta kebutuhan konsumen. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen setelah menjadi konsumen *Fresco Digital Photography* dengan cara memaksimalkan kepuasan konsumen atau meminimumkan pengalaman konsumen terhadap ketidakpuasan dimasa lampau.

Apabila konsumen menganggap apa yang diterimanya mempunyai kinerja yang baik, maka konsumen tersebut akan merasakan kepuasan seiring dengan kualitas pelayanan yang diterimanya. Sedangkan bila kinerja tersebut mempunyai kualitas yang kurang baik, maka konsumen akan merasa tidak puas dan mengambil tindakan untuk tidak menjadi konsumen *Fresco* dan ada pula yang mengajukan komplain

Konsumen yang merasa tidak puas akan bereaksi dengan tindakan yang berbeda ada yang berdiam saja dan ada juga yang melakukan komplain. Berkaitan dengan hal ini ada tiga kategori tanggapan atau komplain ketidakpuasan (Tjiptono, 2002) yaitu:

- a. *Voice Response* yaitu menyampaikan keluhannya secara langsung dan meminta ganti rugi kepada perusahaan yang bersangkutan. Keuntungan yang diperoleh dari hal tersebut adalah perusahaan (*Fresco*) mendapatkan masukan mengenai kekurangan pelayanan yang perlu diperbaiki oleh pihak *Fresco*

- a. Karyawan menerima keluhan konsumen dengan baik, karyawan Fresco menerima komplain dari konsumennya dengan tanggapan yang positif, maka konsumen akan merasa diperhatikan tidak akan merasa kecewa dan tetap mempercayakan hasil pemotretan dan editing kepada Fresco *Digital Photography*.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan, seperti :
    - a. Terjaminnya gambar foto terhadap penyalahgunaan gambar foto yang bersifat pornografi, memberikan rasa percaya pada konsumen sehingga konsumen tidak merasa khawatir dengan privasi.
    - b. Biaya foto dan cetak yang relative terjangkau, menarik minat konsumen untuk menjadi pelanggan fresco.
    - c. Kualitas pemotretan dan editing sehingga hasil gambar foto sesuai dengan keinginan konsumen yang mendorong kepuasan konsumen.
  5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen, seperti:
    - a. Karyawan berpenampilan rapi, dapat menciptakan *image* yang bagus bagi konsumen sehingga menjadi pertimbangan *image* yang diberikan oleh konsumen kepada Fresco.

Berdasarkan teori yang ada, bila koefisien korelasi sama dengan koefisien korelasi kritis ( $r_{\text{tabel}} = 0,361$ ) atau lebih, maka butir instrumen dinyatakan valid. Dari hasil uji validitas tersebut ternyata koefisien korelasi semua butir dengan skor total di atas 0,361, sehingga semua butir instrumen pertanyaan yang berhubungan dengan kepuasan konsumen tentang harapan konsumen dan kinerja perusahaan dapat dinyatakan valid sehingga pertanyaan-pertanyaan yang tertuang dalam angket penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

#### 3.3.4 Uji Reliabilitas

Setelah semua item pertanyaan diuji validitasnya dan sudah terbukti valid, selanjutnya perlu dilaksanakan pengujian reliabilitas untuk mengetahui atau mendapatkan jaminan bahwa kuesioner ini akan memberikan hasil yang tetap valid (ajeg) bila digunakan lagi. Pengujian reliabilitas kuisisioner dilakukan dengan teknik *Alpha Cronbach's*.

Instrumen dikatakan memenuhi syarat reliabel yaitu apabila ( $r_{\text{tt}} > r_{\text{tabel}}$ ) hasil koefesien alpha ( $r_{\text{tt}}$ ) lebih besar dari koefisien korelasi kritik ( $r_{\text{tabel}}$ ) (Singarimbun dan Effendi, 1989).

Uji reliabilitas dilakukan dengan metode *alpha cronbach* dengan bantuan *SPSS for window ver 10.0*. Nilai alpha suatu dimensi variabel berkisar antara 0-1. Semakin mendekati 1 berarti variabel tersebut semakin *reliabel*. Sebaliknya semakin mendekati 0, berarti variabel variabel itu

#### 3.4.2.1 Analisis selisih

Analisis selisih digunakan untuk melihat adanya selisih antara harapan konsumen dengan kinerja *Fresco Digital Photography* sehingga dapat diketahui apakah konsumen merasa puas, tidak puas atau sangat puas. Analisis ini dilakukan dengan cara mengurangkan kinerja *Fresco Digital Photography* dengan harapan konsumen.

#### 3.4.2.2 Analisis uji jenjang bertanda Wilcoxon

Uji ini berlaku untuk 2 sampel berpasangan dengan skor yang berskala interval. Uji jenjang bertanda Wilcoxon merupakan penyempurnaan dari "uji tanda" yakni disamping memperhatikan tanda positif dan negative, besarnya beda juga diperhatikan. Anggapan yang di perlukan dalam penggunaan uji jenjang bertanda Wilcoxon adalah perbedaan antara pasangan skor (di) merupakan distribusi yang simetris (Djarwanto, 2001).

Untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan kinerja perusahaan dengan harapan konsumen maka digunakan uji jenjang bertanda Wilcoxon dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$

$H_0$  = Tidak ada perbedaan kinerja *Fresco Digital Photography* dengan harapan konsumen.

ditolak. Dalam uji hipotesa penelitian ini dibatasi dengan menggunakan probabilitas  $\alpha = 0,05$  ini berarti bahwa:

- Ho diterima atau Ha ditolak, jika probabilitas hitung  $> 0,05$
- Ho ditolak atau Ha diterima, jika probabilitas hitung  $< 0,05$

c. Perhitungan

Tahap perhitungan ini dilakukan dengan mendasarkan pada masing-masing hipotesis dan alat analisis yang digunakan yaitu dengan Analisis Ragam Satu arah Kruskal-Wallis sedangkan untuk lebih mempermudah analisis dan validitas maka kegiatan perhitungan menggunakan fasilitas komputerisasi program SPSS 10.0.

d. Pengambilan kesimpulan merujuk pada prosedur b dan c dapat ditentukan diterima atau ditolaknya hipotesis.



## 4.2 Analisis Kepuasan

Analisis tingkat kepuasan konsumen dalam penelitian ini meliputi analisis kesesuaian antara kinerja dengan tingkat harapan. Perhitungan kuantitatifnya dilakukan dengan analisis selisih, analisis Wilcoxon dan Uji Kruskal-Wallis.

### 4.2.1 Analisis Selisih dan Uji Bertanda Wilcoxon

Untuk memperoleh hasil analisa, dilakukan penghitungan terhadap hasil jawaban kuesioner yang disebarkan kepada 96 responden. Kuesioner terdiri dari 14 pertanyaan untuk harapan konsumen dan 14 pertanyaan untuk kinerja. Hasil diperoleh dengan membandingkan rata-rata kinerja dan harapan untuk memperoleh skor yang kemudian digunakan sebagai acuan untuk menentukan tingkat kepuasan pelayanan terhadap konsumen.

Kuesioner merupakan data yang bersifat kualitatif karena berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh responden, oleh karena itu untuk mendapatkan skor SERVQUAL, jawaban responden dikuantitatifkan dengan menggunakan skala likert.

Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tingkat Harapan terdiri dari Sangat Penting, Penting, Cukup Penting, Kurang Penting dan Tidak Penting. Sedangkan untuk pertanyaan Kinerja terdiri dari Sangat Baik, Baik, Cukup Baik, Kurang Baik dan Tidak Baik.

Nilai jawaban tersebut kemudian dikuantitatifkan dengan menggunakan skala Likert dengan kategori untuk harapan tiap jawaban diberi bobot sebagai berikut:

- a. Sangat Penting diberi bobot 5
- b. Penting diberi bobot 4
- c. Cukup Penting diberi bobot 3
- d. Kurang Penting diberi bobot 2
- e. Tidak Penting diberi bobot 1

Sedangkan untuk tingkat kinerja pelayanan jasa tiap jawaban diberi bobot:

- a. Sangat Baik diberi bobot 5
- b. Baik diberi bobot 4
- c. Cukup Baik diberi bobot 3
- d. Kurang Baik diberi bobot 2
- e. Tidak Baik diberi bobot 1

Untuk menentukan kategori tingkat harapan dan kinerja ditentukan berdasarkan nilai intervalnya yaitu sebagai berikut.

$$I = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Banyaknya alternatif jawaban}}$$

$$I = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

selisih berdasarkan tabel diatas menunjukkan 2 kelompok tingkat kepuasan, konsumen berada pada kelompok Tidak Memuaskan dengan nilai interval (-2,4) – (-0,8) dan Cukup Memuaskan -0,8 – 0,8. Cukup memuaskan untuk 9 atribut yaitu: Kualitas foto dan cetak yang baik sesuai kebutuhan konsumen dengan selisih -0,26, atribut karyawan menerima keluhan dari konsumwn dengan baik dengan selisih -0,51, atribut lokasi studio yang strategis dengan selisih -0,56, atribut karyawan bersikap ramah dan sopan dengan selisih -0,57. atribut karyawan berpenampilan rapi dengan selisih -0,58. atribut jaminan gambar foto terhadap pornografi dengan selisih -0,64. atribut biaya foto dan cetak yang relative terjangkau konsumen dengan selisih -0,67. atribut editing yang cepat sesuai keinginan konsumen dengan selisih -0,77. dan atribut kondisi ruang pemotretan yang nyaman untuk konsumen. Sedangkan untuk kelompok Tidak Memuaskan untuk 5 atribut, atribut tempat parkir yang memadai dan aman dengan selisih -0,80, atribut pelayanan pemotretan yang cepat dengan selisih -0,80, atribut seting backgrund yang menarik -0,81, atribut kondisi ruang studio secara keseluruhan -0,90, dan ketepatan shoot pengambilan gambar dengan nilai selisih -0,93.

Berdasarkan Tabel 4.4 maka dapat dijelaskan bahwa semua atribut terjadi perbedaan yang signifikan antara harapan dengan kinerja yang diberikan oleh *Fresco Digital Phōtography*. Hal ini dibuktikan dengan probabilitas pada semua atribut tersebut dibawah taraf signifikansi 0,05. Namun demikian jika dilihat dari gap di *Fresco Digital Photography* memiliki gap negatif signifikan, yang berarti konsumen tidak merasa puas terhadap semua atribut tersebut.

Dari seluruh hasil Uji Wilcoxon Signed Rank Test diatas maka dapat diketahui bahwa semua atribut pada *Fresco Digital Photography* terjadi perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan. Hal ini didukung dengan hasil pada total pelayanan yang menunjukkan ada perbedaan yang signifikan. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan "Tidak ada perbedaan antara harapan konsumen dan kinerja yang diberikan oleh *Fresco Digital Photography*" tidak dapat diterima atau untuk menentukan ditolak atau diterimanya hipotesis adalah dengan melihat nilai signifikan yang dihasilkan. Dari Tabel 4.4 yang dibawah diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 dan nilai ini dibawah 0,05 sebagai nilai probabilitas signifikan yang dipakai dalam penelitian ini. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kinerja *Fresco Digital Photography* dengan harapan konsumen adalah tidak sama atau berbeda. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa ada perbedaan kinerja *Fresco Digital Photography* dengan harapan konsumen adalah benar (*H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima*).

Atas dasar hasil tersebut maka strategi yang hendaknya dilakukan oleh *Fresco Digital Photography*, adalah memperbaiki kinerja semua atribut yang terbukti signifikan dan memiliki gap negatif.