

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DI PT. KERETA API
INDONESIA MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE*
*PERFORMANCE ANALYSIS***

**(Studi Kasus PT. Kereta Api Indonesia Pada Stasiun Lempuyangan,
Yogyakarta)**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1

Pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri



Nama : Eko Rudi Setiawan M

No. Mahasiswa : 11522200

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

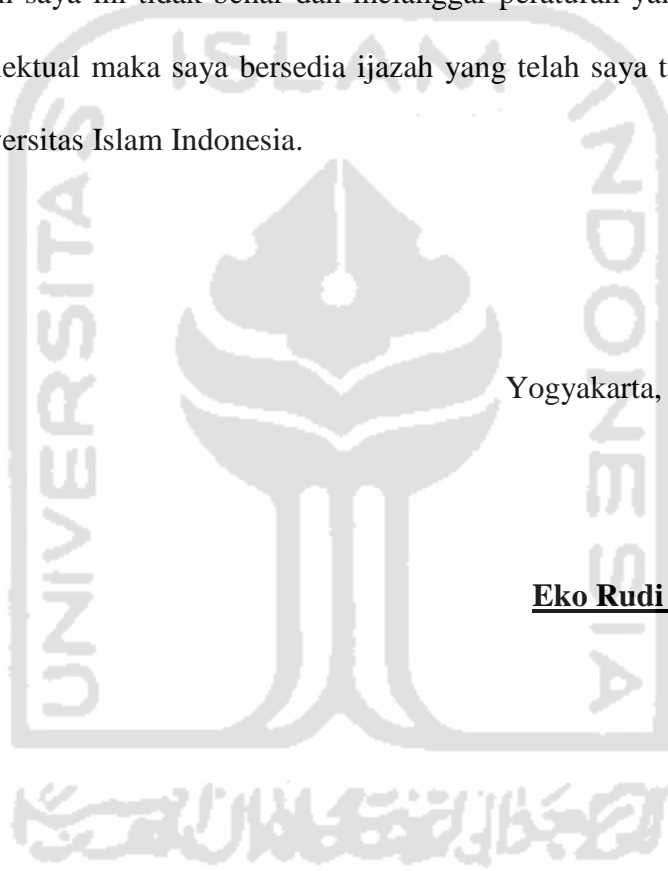
2017

PERNYATAAN

Demi Allah, Saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Jika kemudian hari ternyata terbukti pengakuan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan hak intelektual maka saya bersedia ijazah yang telah saya terima untuk ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, Maret 2017

Eko Rudi Setiawan M



LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DI PT. KERETA API
INDONESIA MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE*
*PERFORMANCE ANALYSIS***

**(Studi Kasus PT. Kereta Api Indonesia Pada Stasiun Lempuyangan,
Yogyakarta)**



Pembimbing

(Ir. H. Hudaya M.M)

TUGAS AKHIR

ISLAM
Oleh

Nama : Eko Rudi Setiawan M

No. Mahasiswa : 11522200

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri

Yogyakarta, Maret 2017

Tim Penguji

Ir. H. Hudaya M.M

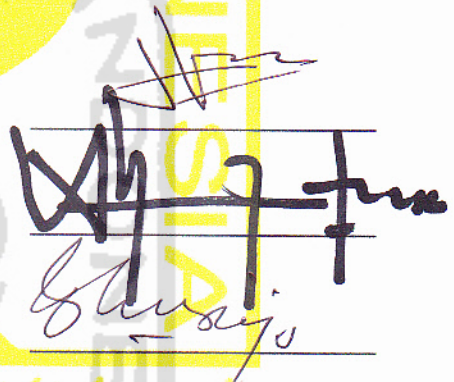
Ketua

Drs. Mohammad Ibnu Mastur MSIE

Anggota I

Ir. Sunaryo M.P

Anggota II



Mengetahui,

Ketua Prodi Teknik Industri

Universitas Islam Indonesia



Yuli Agusti Rochman,ST.,M.Eng.

PERNYATAAN

Demi Allah, Saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Jika kemudian hari ternyata terbukti pengakuan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan hak intelektual maka saya bersedia ijazah yang telah saya terima untuk ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, Maret 2017



Eko Kudi Setiawan M

SURAT PERUSAHAAN



Nomor : DL.405/IX/15 /D.6-2016
 Lampiran : -
 Perihal : Ijin Penelitian

Yogyakarta, 13 September 2016

Kepada
 Yth. **Sekretaris Prodi Teknik Industri**
Universitas Islam Indonesia
 di **YOGYAKARTA**

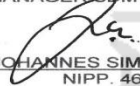
1. Berdasarkan surat saudara nomor : 1991/SekProdi/TA-TI/20/VIII/2016 tanggal 02 Agustus 2016 perihal permohonan ijin Penelitian, diberitahukan bahwa mahasiswa saudara tersebut dibawah ini :

No.	Nama Mahasiswa	NIM	Pelaksanaan
1	EKO RUDI SETIAWAN MUNTHE	11522200	30-08-2016 s.d. 04-10-2016

diberikan ijin untuk melaksanakan **Penelitian** di **Unit Pelayanan Daop 6 Yk** sesuai jadwal tersebut diatas.

2. Mengenai syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam melaksanakan **Penelitian**, sebagai berikut :
- Membawa rekaman surat ini;
 - Tertib tidak mengganggu dinas PT. Kereta Api Indonesia (Persero);
 - Mematuhi peraturan yang berlaku;
 - Memakai kartu tanda pengenal.
3. Demikian untuk menjadikan periksa dan terima kasih.

a.n. EXECUTIVE VICE PRESIDENT
 PT. KAI (PERSERO) DAOP 6 YK
 MANAGER SDM DAN UMUM


JOHANNES SIMANJUNTAK
 NIPP. 46682

- Tembusan kepada Yth.:
- Manager Pelayanan Daop 6 Yk;
 - Ksb Lempuyangan;
 - JM SDM Daop 6 Yk;
 - Arsip.

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DI PT. KERETA API
INDONESIA MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE*
*PERFORMANCE ANALYSIS***

**(Studi Kasus PT. Kereta Api Indonesia Pada Stasiun Lempuyangan,
Yogyakarta)**

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh :

Nama : Eko Rudi Setiawan M

No.Mahasiwa : 11522200

Yogyakarta, Maret 2017

Telah Diterima Dan Disetujui Dengan Baik Oleh:

Pembimbing

(Ir. H. Hudaya M.M)

TUGAS AKHIR

Oleh
ISLAM

Nama : Eko Rudi Setiawan M

No. Mahasiswa : 11522200

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri

Yogyakarta, Maret 2017

Tim Penguji

Ir. H. Hudaya, M.M

Ketua

Drs. H. Mohammad Ibnu, Mastur MSIE

Anggota I

Ir. Sunaryo, M.P

Anggota II

Mengetahui,

Ketua Prodi Teknik Industri

Universitas Islam Indonesia

Yuli Agusti Rochman, ST., M.Eng.

HALAMAN PERSEMBAHAN

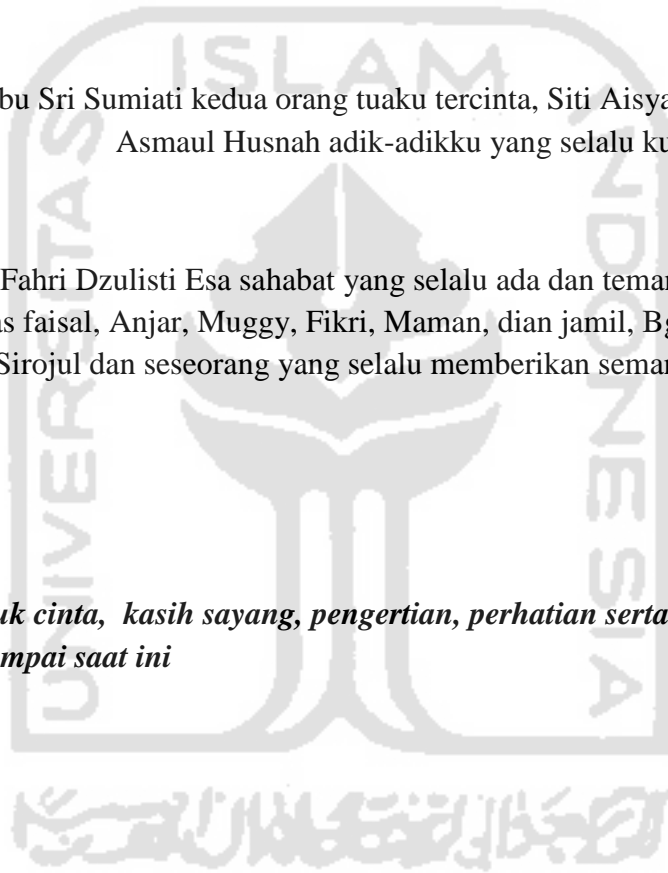
Alhamdulillahirobbil'alamin, atas izin ALLAH SWT tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik

Kupersembahkan hasil karya ini kepada:

Bapak Zuber, Ibu Sri Sumiati kedua orang tuaku tercinta, Siti Aisyah, Nur Hamiah dan Asmaul Husnah adik-adikku yang selalu kusayang dan kucinta

Tb. Fahri Dzulisti Esa sahabat yang selalu ada dan teman teman yang selalu mendukungku Mas faisal, Anjar, Muggy, Fikri, Maman, dian jamil, Bg ian, Dwiki, Dinar, Sapta, Suryadi, Sirojul dan seseorang yang selalu memberikan semangat kepadaku Diah Ayuna

Terima kasih untuk cinta, kasih sayang, pengertian, perhatian serta semangat yang telah diberikan sampai saat ini



MOTTO

الْجَنَّةِ إِلَى طَرِيقٍ بِهِ لَهُ اللَّهُ سَهَّلَ عِلْمَ فِيهِ يَلْتَمِسُ طَرِيقَ سَلَكِ مَنْ

Barang siapa berjalan untuk menuntut ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke syurga. (HR. Muslim)

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٥) إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٦)

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (Q.S. Al-Insyirah : 5-6)

تُكذِّبَانِ رَبِّكُمَا آلَاءِ يَّ فَبِأَ

Maka nikmat tuhanmu yang mana lagi yang kamu dustakan

(Q.S. Ar-rohman)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah wasyukurillah saya panjatkan kepada sang skenario sejati yang selalu melihat, memperhatikan serta mengawasi gerak gerik, tingkah laku dari setiap makhluk-mahluknya, Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat serta hidayah- Nya, sehingga dengan rasa bahagia saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik, yang bertemakan “Analisis Kualitas Pelayanan Di PT. Kereta Api Indonesia Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* Dan *Customer Satisfaction Index*. Dalam pengerjaan Tugas Akhir ini tentunya melalui proses-proses pembelajaran yang sangat menyenangkan menurut saya dimana apa yang saya dapatkan dari proses ini akan menjadi pelajaran pribadi untuk diri saya amin ya robbal'amin

Sholawat serta salam kami ucapkan kepada pembawa perubahan besar didunia ini junjungan kita nabi besar Muhammad SAW beserta para sahabat dan generasi penerus yang senantiasa istiqomah mengikuti risalahnya sampai pada akhir zaman nanti.

Dalam kesempatan ini saya ingin memberikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membimbing, membantu, menyemangati serta mendoakan saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Untuk itu tidak berlebihan kiranya jika pada kesempatan ini, saya menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Imam Djati Widodo M.Eng.Sc selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Yuli Agusti Rochman S.T., M.Eng. selaku Ketua Prodi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.

3. Bapak Ir. H. Hudaya, M.M. selaku dosen pembimbing dalam pembuatan dan penyusunan Tugas Akhir ini. Terimakasih banyak untuk pembelajaran dan bimbingannya dalam tugas akhir ini.
4. Pimpinan serta para staf Stasiun KAI Lempuyangan DAOP 6 Yogyakarta atas bantuannya selama melakukan penelitian ini
5. Bapak dan Ibuku tercinta yang selalu menyertakan doanya untuk saya dari masa kecil, sekarang, serta masa yang akan datang. Terimakasih juga atas pengorbanan dan kasih sayang yang begitu besar yang telah diberikan hingga sampai sekarang ini.
6. Semua pihak yang tidak bisa di sebutkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, walaupun demikian Penulis berharap semoga Laporan ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Wassalamu'alaikum WR. WB

Yogyakarta, Maret 2017

Eko Rudi Setiawan M

DAFTAR ISI

COVER	i
PERNYATAAN	ii
SURAT PERUSAHAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iv
TUGAS AKHIR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan penelitian	3
1.5 Manfaat penelitian	4
1.6 Sistemmatika Penulisan	4
BAB II KAJIAN LITERATUR	7
2.1 Studi Empiris	7
2.2 Studi Teoritis	11
2.2.1 Konsep Jasa	11
2.2.2 Kepuasan Konsumen.....	12
2.2.3 Kualitas Pelayanan	15
2.2.4 Kualitas Kinerja.....	16
2.2.5 Importance Performance Analysis (IPA)	19
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Populasi Dan Sampel.....	25

3.2 Identifikasi Masalah.....	25
3.3 Jenis Data.....	26
3.4 Pengumpulan Data.....	27
3.5 Pengolahan Data	27
3.5.1 Uji Kecukupan Data	27
3.5.1 Uji Validitas Data.....	28
3.5.4 Importance Performance Analysis (IPA)	29
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	31
4.1 Deskripsi PT Kereta Api Indonesia DAOP 6 Lempuyangan, Yogyakarta.....	31
4.1.1 Letak Geografis	31
4.1.2 Sejarah Singkat.....	31
4.1.3 Visi dan Misi	33
4.2 Pengumpulan Data.....	33
4.2.1 Pengujian Koesioner	33
4.2.2 Uji Vlidasi	36
4.2.3 Uji Relibilitas	39
4.3 Pengolahan Data.....	40
4.3.1 Importance Performance Analysis (IPA)	40
4.3.2 Analisis Tingkat Kesesuaian (Tki).....	41
4.3.3 Analisis Tingkat Kepentingan dan Kepuasan	42
BAB V PEMBAHASAN	44
5.1 Anaisiss Data Kuesioner.....	44
5.1.1 Uji Kecukupan Data	44
5.1.2 Uji Validasi	44
5.1.3 Uji Reliabilitas.....	45
5.2 Importance Performance Analysis (IPA).....	45
5.3 Evaluasi penimngkatan pelayanan.....	47
5.4 Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan	48
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	50
6.1 Kesimpulan	50
6.2 Saran	51

DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN 1	55
LAMPIRAN 2	59



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Studi Empiris	10
Tabel 3.1 Validitas	28
Tabel 4.1 Atribut Kuesioner	34
Tabel 4.2 Validasi Kinerja Perusahaan	37
Tabel 4.3 Validasi Harapan	38
Tabel 4.4 Ketetapan Nilai Reliabilitas	39
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Kinerja Perusahaan	39
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Harapan Konsumen	40
Tabel 4.7 Nilai Tingkat Kesesuaian	41
Tabel 5.1 Usulan Perbaikan	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dan Kinerja berdasarkan Importance Performance Analysis	23
Gambar 3.1 Diagram Alir Kerangka Penelitian.....	26
Gambar 4.1 Diagram Kartesius Importance Performance Analysis (IPA).....	43



ABSTRAK

PT. Kereta Api Indonesia (KAI) merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa transportasi. Dengan meningkatnya jumlah pengguna jasa kereta api, membuat PT. KAI meningkatkan pelayanan agar dapat bersaing dengan perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi lainnya. Oleh sebab itu kepuasan konsumen jasa transportasi kereta api harus ditingkatkan, hal ini dimaksudkan untuk menarik konsumen agar tidak memilih jasa transportasi lain. PT Kereta Api Indonesia DAOP 6 Lempuyangan, Terletak Di Jl. Lempuyangan No 1, Kota Baru, Gondokusuman, Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada 70 responden kemudian dilakukan perhitungan dengan metode Importance Performance Analysis (IPA). Metode Importance Performance Analysis (IPA) bertujuan untuk mengetahui nilai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan (harapan) dan tingkat kinerja yang kemudian dilakukan plotting dengan menggunakan Diagram Kartesius, yang bertujuan untuk mengetahui atribut-atribut mana saja yang masuk dalam kuadran I, II,III, IV, yang akan digunakan untuk usulan perbaikan kepada perusahaan. Dalam penelitian ini juga menggunakan Shofware SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 20. Dari hasil perhitungan metode Importance Performance Analysis (IPA) memiliki nilai rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 83,61%, dimana dapat diketahui jika nilai dari tingkat kesesuaian mendekati 100%, atau berada pada ranges 80 - 100 dapat dikatakan tingkat kesesuaian sudah baik, begitu juga sebaliknya, jika nilai tingkat kesesuaian < 80 dianggap kurang baik, karena belum memenuhi harapan dari konsumen. Ini dapat dilihat dari hasil diagram Kartesius dari 22 atribut terdapat 5 atribut yang masuk pada kuadran I atau atribut yang memerlukan perbaikan dan peningkatan sesuai dengan harapan konsumen, yaitu : fasilitas tempat duduk ruang tunggu, fasilitas tempat duduk ruang tunggu saat terjadi antrian, keadaan lokasi parkir yang tersedia, pelayanan karyawan saat terjadi antrian dan keamanan saat pelayanan, dan kepercayaan terhadap pelayanan yang diberikan. Dimana 5 atribut tersebut berada pada ranges < 80, sehingga 5 atribut tersebut harus diprioritaskan dahulu perbaikannya. Tetapi atribut – atribut yang sudah memuaskan konsumen harus dapat dipertahankan dan ditingkatkan.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi, IPA (Importance Performance Analysis)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan maka diperlukan peningkatan pelayanan. Pelayanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen merupakan cerminan baik atau buruknya sebuah perusahaan dimata konsumen. Dengan demikian, pelayanan merupakan salah satu factor yang dapat mendongkrak pangsa pasar suatu perusahaan (Oktavi, 2009). Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung (Monir, 2008).

Pada tahun 2007, DPR mengesahkan revisi UU No. 13/1992 yang menekankan bahwa investor swasta dan pemerintah daerah mendapat kesempatan untuk mengelola jasa transportasi kereta api di Indonesia. Pemberlakuan Undang-Undang Perkeretaapian No. 27/2007 secara hukum mengakhiri praktik monopoli PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam mengoperasikan transportasi kereta api di Indonesia (Whisnu & Hasbi, 2012). PT Kereta Api Indonesia (persero) adalah salah satu badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang penyelenggaraan pelayanan jasa transportasi darat dalam rangka memperlancar arus perpindahan orang atau barang secara masal guna menunjang pembangunan nasional. Kereta api memiliki peranan penting dalam pelayanan jasa transportasi umum. Sebagai salah satu sarana transportasi umum, kereta api cukup diminati oleh masyarakat di Indonesia. Selain terbebas dari kemacetan, harga tiket kereta api juga dapat terjangkau oleh masyarakat. Sebagai perusahaan yang telah *go public*, PT KAI (Persero) memiliki tanggung jawab

kepada pelanggan dan masyarakat dan sejalan dengan misi perusahaan untuk memberikan layanan yang terbaik, nyaman, dan produk berkualitas, perusahaan terus menjaga komunikasi dengan penumpang (Ratminto, 2005).

Penelitian ini dilakukan di Stasiun Lempuyangan, Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur kepuasan konsumen terhadap kinerja PT. KAI Lempuyangan. Karena dilihat dari hasil observasi lapangan didapatkan gejala atau fenomena yang terjadi di stasiun lempuyangan yaitu masih kurangnya pelayanan dan fasilitas yang dimiliki seperti, pelayanan loket, lahan parkir yang kecil dan belum tertata rapi, ruang tunggu yang diberikan, papan informasi, dan kurangnya sumber daya manusia (SDM). Dalam penelitian ini yang akan menjadi objek pengambilan data yaitu para pengguna atau konsumen Stasiun Lempuyangan. Disini Penulis ingin mencoba mengetahui kesesuaian antara tingkat kepentingan atribut pelayanan menurut konsumen dengan tingkat kinerja yang telah diberikan Stasiun Lempuyangan oleh karena itu dengan menggunakan perhitungan penerapan metode IPA (*Importance Performance Analysis*). Sehingga akan diketahui tingkat kinerja dari Stasiun Lempuyangan.

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA), memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan metode lain yaitu menunjukkan atribut produk/jasa yang perlu ditingkatkan ataupun dikurangi untuk menjaga kepuasan konsumen, hasilnya relatif mudah diinterpretasikan, skalanya relatif mudah dimengerti dan membutuhkan biaya yang rendah. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengatur atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan itu sendiri yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif. Dan kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance (kinerja) produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan (Ruhimat, 2008). Pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapannya terlampaui (Hartono, 2006).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar tingkat kepuasan yang diberikan oleh pihak stasiun lempuyangan kepada konsumen ?
2. Perbaikan apa yang harus dilakukan dalam meningkatkan kepuasan konsumen ?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang ditentukan dalam meminimalisir terjadinya penyimpangan penelitian dari tujuan yang diinginkan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di Stasiun Lempuyangan Yogyakarta
2. Data yang diperoleh menggunakan kuesioner
3. Pengambilan data dilakukan secara acak kepada konsumen kereta api di stasiun lempuyangan
4. Metode yang digunakan *Importance Performance Analysis (IPA)*

1.4 Tujuan penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Analisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan di Stasiun Lempuyangan, Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis atribut – atribut yang penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Stasiun Lempuyangan, Yogyakarta.

1.5 Manfaat penelitian

Adapun beberapa manfaat yang dapat diraih oleh beberapa pihak terkait antara lain :

1. Mahasiswa

Memberikan pengalaman dan pengetahuan yang nyata bagi penulis dalam menganalisis penerapan metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

2. Universitas

Sebagai bahan evaluasi di bidang akademik, khususnya untuk meningkatkan mutu pendidikan sehingga didapatkan suatu keselarasan antara teori – teori yang diberikan dalam kurikulum.

3. Instansi

- a. Memberikan masukan kepada stasiun lempuyangan dalam penentuan strategi yang berorientasi kepada kepuasan pelayanan konsumen.
- b. Penelitian ini dapat dijadikan tambahan referensi bagi para peneliti dan mereka yang memiliki perhatian terhadap kepuasan pelayanan, sekaligus dapat ditindak lanjuti dengan penelitian – penelitian yang lebih spesifik.

4. Umum

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi, pengetahuan, dan bahan perbandingan bagi penelitian dimasa depan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk lebih terstrukturanya penelitian dan pelaporannya, Tugas Akhir ini disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang, rumusan permasalahan, batasan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan laporan TA.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Bab ini memuat kajian literatur deduktif dan induktif yang dapat membuktikan bahwa topik TA yang diangkat memenuhi syarat dan kriteria yang telah dijelaskan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat obyek penelitian, data yang digunakan dan tahapan yang telah dilakukan dalam penelitian secara ringkas dan jelas. Metode ini dapat meliputi metode pengumpulan data, alat bantu analisis data, pembangunan model, desain dan prototyping.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menguraikan proses pengolahan data dengan prosedur tertentu, termasuk gambar dan grafik yang diperoleh dari hasil penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan kritis mengenai hasil bab sebelumnya, dan belum dipaparkan di bab sebelumnya, dan juga membahas prosedur dan hasil pengujian dari sistem yang dibangun dan pembahasannya.

BAB VI PENUTUP

- Kesimpulan

Berisi pernyataan singkat yang ditulis dengan menggunakan urutan angka, untuk menjabarkan hasil penelitian yang dilakukan

- Saran

Berisi beberapa rekomendasi pengembangan penelitian lanjutan dengan menggunakan cara, alat ataupun metode lain dengan tujuan untuk memperluas pengembangan ilmu. Selain itu, bagian ini juga berisi saran yang diperlukan jika penelitian lanjutan akan dikembangkan berdasarkan keterbatasan yang ditemukan selama penelitian dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Studi Empiris

Studi Empiris adalah studi tentang penelitian sebelumnya :

1. Skripsi yang dibuat oleh Isnan (2013), mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang, dengan judul “ *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Online Reservation Ticket Terhadap Kepuasan Pelanggan*”. Dari hasil penelitian tersebut diperoleh kesimpulan yaitu:

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh empat variable dari kualitas pelayanan elektronik yaitu *efficiency* (X1), *fulfillment* (X2), *system availability* (X3), dan *privacy* (X4) terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan *Online Reservation Ticket* PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah calon penumpang kereta api yang menggunakan layanan online reservation ticket di wilayah PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari perhitungan analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan menunjukkan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, dan *privacy* memiliki koefisien dengan arah koefisien positif. Hal ini membuktikan bahwa semua variabel independen mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Dan koefisien determinasi

(*adjusted R2*) yang diperoleh sebesar 0,525 hal ini berarti 52,5% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, dan *privacy*. Selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model regresi yang diperoleh dalam penelitian ini. Variabel *efficiency* merupakan variabel independen yang paling besar pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu sebesar 0,400.

2. Skripsi yang dibuat oleh Wibowo (2013), mahasiswa Institut Pertanian Bogor, dengan judul “*Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Krl Commuter Line Bogor-Jakarta*”. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan :

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) menganalisis atribut kualitas pelayanan yang dianggap paling penting oleh konsumen KRL Commuter Line Jabodetabek; (2) menganalisis kinerja KRL Commuter Line terhadap atribut kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan konsumen KRL Commuter Line Jabodetabek; (3) menganalisis hubungan antara kepuasan konsumen dengan mutu/ kualitas pelayanan di Kereta Api KRL Commuter Line yang disediakan oleh PT. KAI Commuter Jabodetabek; (4) menganalisis hubungan antara karakteristik konsumen dengan tingkat kepuasan konsumen KRL Commuter Line yang disediakan oleh PT. KAI Commuter Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, Data primer diperoleh dengan melakukan survai terhadap 100 responden Konsumen KRL Commuter Line Jakarta–Bogor dengan bantuan kuisioner yang telah dipersiapkan. Penentuan responden sebagai sampel dilakukan secara *accidental sampling* yaitu dengan melakukan wawancara terhadap pelanggan KRL Commuter yang bersedia menjadi responden. Data sekunder diperoleh dari catatan yang ada di KAI, internet dan studi literatur. Metoda analisis dengan menggunakan analisis deskripsi, analisis Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA) dan analisis Chi Square antara variabel tingkat kepuasan dengan karakteristik responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden sebagian besar adalah berjenis kelamin

pria yaitu sebesar 63%. Usia responden sebagian besar pada usia produktif yaitu pada kisaran 18 – 25 tahun sebesar 35%, 35 – 45 tahun sebesar 26%, 25 – 35 sebesar 19%. Pekerjaan sebagian besar adalah pegawai swasta sebesar 33%, wirausaha 27%, PNS/BUMN 22%. Rata-rata pendapatan responden terbesar adalah pada kisaran 2,5 juta – 5 juta rupiah sebesar 33%, 1,5 juta – 2,5 juta rupiah sebesar 25%, 500 ribu rupiah – 1,5 juta rupiah sebesar 20%. Pendidikan terbanyak adalah Strata 1 sebesar 42%, Pascasarjana sebesar 20%, SMA sebesar 17% dan SMP sebesar 10%. Nilai CSI sebesar 44,78% yang artinya rata-rata tingkat kepuasan konsumen adalah kurang puas (0,35 – 0,50). Berdasarkan hasil analisis IPA terdapat 7 atribut yang dinyatakan penting namun kinerjanya rendah yaitu berturut-turut mulai dari yang kinerja terendah adalah ketepatan jadwal perjalanan, kemampuan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, kecepatan dan ketepatan dalam memberikan informasi yang yang dibutuhkan oleh konsumen, keramahan dan kesopanan petugas dalam melayani konsumen, kejujuran dan kesabaran karyawan/petugas dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, harga tiket yang ditawarkan terjangkau oleh semua lapisan masyarakat dan kebersihan di dalam stasiun. Terdapat 9 atribut yang dinyatakan penting dan kinerja sudah bagus mulai dari kinerja tertinggi berturut-turut adalah kemudahan menjangkau lokasi stasiun, Ketersediaan informasi yang berkaitan dengan jadwal KRL, kemudahan dalam memperoleh informasi yang jelas, kemampuan petugas dalam melaksanakan pekerjaannya, ketersediaan asuransi dan jaminan keselamatan, kemampuan petugas memberikan informasi kepada konsumen dengan bahasa yang mudah di mengerti, kesediaan karyawan untuk menghargai dan melayani kebutuhan konsumen, kebersihan stasiun dan ketersediaan alat untuk menginformasikan rute perjalanan. Hasil analisis Chi Square menunjukkan adanya hubungan antara tingkat kepuasan dengan jenis pekerjaan konsumen.

3. Skripsi yang dibuat oleh Musroh (2014), mahasiswa Universitas Muhamadiah Surakarta dengan judul “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Sriwedardi Stasiun Solo Balapan Jurusan Solo-Yogyakarta*”. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan bergandadengan uji t, Uji F, dan koefisien determinasi (R²). Hasil analisis menunjukkan bahwa signifikansi variabel *tangibles* (X1) 0,009, signifikansi variabel *responsive* (X3) 0,001, signifikansi variabel *assurance* (X4) 0,000, signifikansi variabel *empathy* (X5) 0,017, yang artinya bahwa variabel *tangibles*, *responsive*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan penumpang. Sedangkan signifikansi variabel *Reliability* (X2) 0,240, yang artinya bahwa variabel *Reliability* tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan penumpang. Hasil analisis data diperoleh nilai Fhitung = 31,676 dengan signifikansi 0,000, yang artinya bahwa variabel *tangibles*, *reliability*, *responsive*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan penumpang. Hasil penelitian menunjukkan 60,8% variasi variabel kepuasan penumpang dapat dijelaskan oleh variabel *tangibles*, *reliability*, *responsive*, *assurance*, dan *empathy*. Sedangkan sisanya 39,2% variasi variabel kepuasan penumpang dijelaskan oleh faktor lain diluar model.

Tabel 2.1 Studi Empiris

No	Sumber	Objek	subjek	metode
1	Isnan (2013)	Pt kai daop 4 semarang	Konsumen kai semarang	Analisis regresi linier berganda
2	Wibowo (2013)	Computer line jabotabek	Konsumen computer line	Ipa dan csi
3	Musroh (2014)	Kereta api swidani di stasiun solo	Konsumen kereta api solo	Compenience sampling

No	Sumber	Objek	subjek	metode
		balapan		

2.2 Studi Teoritis

2.2.1 Konsep Jasa

Menurut Kotler (1994), jasa adalah tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud (Intangible) dan tidak menghasilkan kepemilikan terhadap sesuatu. Produk jasa mungkin atau mungkin tidak berkaitan dengan produk fisik.

Adapun karakteristik utama yang membedakan jasa dari barang menurut Tjiptono (1996) yaitu :

1. *Intangible* (tidak terwujud) Konsep *intangibile* pada jasa memiliki dua pengertian yaitu : sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa dan sesuatu yang tidak dapat dengan mudah didefinisikan, diformulasikan atau dipahami secara rohaniah.
2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan) Maksudnya disini jasa diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediaan jasa dan konsumen dan interaksi kedua pihak ini mempengaruhi hasil dari jasa tersebut.
3. *Variability* (bervariasi) Jasa bersifat sangat variabel artinya variabel bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Ada tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa yaitu kerjasama atau partisipasi konsumen selama penyampaian jasa, moral atau motivasi karyawan dalam melayani konsumen dan beban kerja perusahaan. Dalam hal ini penyediaan jasa dapat melakukan tiga tahap dalam

pengendalian kualitasnya, yaitu : melakukan investasi dalam seleksi dan personal dengan baik, melakukan standarisasi proses pelaksanaan jasa di seluruh bagian organisasi, serta melakukan pemantauan keputusan konsumen melalui sistem saran dan keluhan, survey konsumen dan *comparison shopping*.

4. *Perishability* (tidak tahan lama) Jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Lebih jauh, pasar jasa berubah-ubah. Kombinasi dari sifat tidak tahan lama dan pemerintahan yang berubah-ubah menawarkan tantangan perencanaan produk, pemberian harga dan promosi bagi penyedia jasa.

Kualitas jasa dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Bila jasa yang dirasakan lebih kecil dari pada yang diharapkan, para pelanggan menjadi tidak tertarik pada penyedia jasa yang bersangkutan. Sedangkan bila yang terjadi adalah sebaliknya (*perceived > expected*), ada kemungkinan para pelanggan akan menggunakan penyedia jasa itu lagi, (Rangkuti, 2002:41).

2.2.2 Kepuasan Konsumen

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai), atau “*facio*” (melakukan atau membuat) kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu menjadi”. Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Bila sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, biasanya pelanggan merasa puas. Seorang pelanggan merasa puas jika kebutuhannya, secara nyata atau hanya anggapan, terpenuhi atau melebihi harapannya.

Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dengan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Hartono, 2006). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara

kesannya terhadap kinerja suatu produk atau jasa dan harapannya (Kotler, 2007). Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan aplikasi pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis (Hartono, 2006). Kepuasan pelanggan didasarkan pada pengalaman penilaian yang dibuat oleh pelanggan mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Penilaian itu berdasarkan evaluasi persepsi pelanggan yang berhubungan dengan pengalaman pemakaian atau value yang dimiliki yang memfasilitasi pencapaian tujuan pelanggan.

Sedangkan menurut Sumarwan (2003), kepuasan pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh pelanggan dari produk yang dibeli tersebut. Parasuraman, et. al (1988), mendefinisikan lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh industri jasa antara lain :

1. Bukti Langsung (*tangibles*), adalah bukti fisik suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Kehandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Dalam unsur ini, pemasar dituntut untuk menyediakan produk atau jasa yang handal. Produk atau jasa jangan sampai mengalami kerusakan/ kegagalan. Dengan kata lain, produk/ jasa tersebut selalu baik.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf: bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.

5. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen yang ditinjau dari sisi konsumen yaitu mengenai apa yang telah dirasakan konsumen atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan. Menurut Kotler (2000), ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran
Perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi konsumennya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada pelanggan.
2. Survei kepuasan konsumen
Sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa perusahaan tersebut dimana dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan kepada konsumen. Dari hasil survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan jasa perusahaannya.
3. *Ghost shopping*
Metode ini dilakukan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai pelanggan di perusahaan pesaing dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan koreksi terhadap perusahaan itu sendiri.

4. Analisa konsumen yang hilang

Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali konsumennya yang telah lama tidak berkunjung lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab berpindahnya konsumen ke perusahaan pesaing.

2.2.3 Kualitas Pelayanan

Untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik, sangat penting untuk para karyawan memperhatikan pelanggannya. Pendapat lain yaitu dari Garvin (Tjiptono, 1996) dimana ada delapan dimensi kualitas yang telah dikembangkan, diantaranya:

1. Kinerja yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti.
2. Ciri atau keistimewaan tambahan yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Kehandalan yaitu kemungkinan kecil mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan yaitu berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat terus digunakan.
6. Serviceability dapat meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika yaitu daya tarik produk terhadap panca indra.
8. Kualitas yang dipersepsikan yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Kualitas pelayanan dapat dinilai dari banyak faktor yang berhubungan, dimana kualitas pelayanan dapat dinilai dari persepsi pelanggan dalam menikmati barang dan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan, sehingga yang dirasakan

oleh pelanggan adalah keinginan yang selalu terpenuhi dan harapan terhadap performa barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen dapat diterima.

Menurut Tjiptono (2003:160), meskipun belum ada konsensus mengenai cara mengukur kepuasan pelanggan, sejumlah studi menjelaskan bahwa ada tiga aspek penting yang perlu ditelaah dalam kerangka pengukuran kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kepuasan general atau keseluruhan (*overall satisfaction*)
2. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*), yakni tingkat kesesuaian antara kinerja dengan ekspektasi
3. Perbandingan dengan situasi ideal (*comparison to ideal*), yaitu kinerja produk dibandingkan dengan produk ideal menurut persepsi konsumen

2.2.4 Kualitas Kinerja

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2006). Definisi lain kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yang dikutip dan diterjemahkan oleh Hadari.

Nawawi (2006: 63) mengatakan bahwa “Kinerja adalah (a) sesuatu yang dicapai, (b) prestasi yang diperlihatkan, (c) kemampuan kerja”. Definisi lain mengenai kinerja menurut Hadari Nawawi (2006: 63) adalah “Kinerja dikatakan tinggi apabila suatu target kerja dapat diselesaikan pada waktu yang tepat atau tidak melampaui batas waktu yang disediakan”. Kinerja menjadi rendah jika diselesaikan melampaui batas waktu yang disediakan atau sama sekali tidak terselesaikan. Menurut Achmad S Ruky (2002) kinerja sebenarnya adalah pengalih bahasa dari kata “*performance*”. Bernadine & Russell (1993) dan Ruky (2002) memberikan definisi tentang *performance* sebagai berikut : Kinerja

adalah catatan tentang hasil-hasil yang diperoleh dari fungsi-fungsi pekerjaan tertentu atau kegiatan tertentu selama kurun waktu tertentu. Dalam definisi kedua penulis tersebut jelas menekankan pengertian kinerja sebagai “hasil” atau “apa yang keluar” (*outcomes*) dari sebuah pekerjaan dan kontribusi mereka pada organisasi. Menurut Prawirosentono dalam Lijan Poltak Sinambela (2006) kinerja sebagai berikut: “Hasil kerja yang dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika. “Sedangkan Bastian dalam Hessel Nogi Tangkilisan (2005) mengemukakan bahwa kinerja adalah merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian hasil pelaksanaan tugas dalam suatu organisasi dalam upaya mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi tersebut. Kinerja dapat dikatakan baik bila sasaran, tujuan, visi dan misi dari suatu organisasi dapat tercapai, begitu pula sebaliknya bila sasaran, tujuan, visi dan misi tidak tercapai maka kinerja organisasi tersebut dapat dikatakan buruk. Sementara itu A. Dale Tiempe (1992) menyebutkan beberapa kriteria yang bisa digunakan untuk menunjukkan tingkat kinerja yang dihasilkan oleh suatu organisasi yaitu antara lain :

1. Katagori Buruk.

Kinerja dikatakan buruk apabila kinerja dibawah harapan dan sasaran minimum, seperti yang diperlihatkan dengan membandingkan hasil - hasil yang terbatas dalam memperbaiki kelemahan-kelemahan serta upaya perbaikan hasil kerja diperlukan untuk meningkatkan kinerja ketingkat yang cukup tinggi.

2. Katagori sedang.

Disini karyawan memenuhi sebagian besar harapan kerja minimum yang ditentukan bagi individu tersebut. Mereka mengambil beberapa tindakan mandiri, tetapi biasanya tergantung pada pengawas bagi pengarahan sehari-hari.

3. Katagori baik

Disini kinerja memuaskan karena telah memenuhi persyaratan - persyaratan esensial serta mencapai hasil yang beralasan dan dapat dicapai pada seorang karyawan dengan masa kerja ini, pengalaman serta pelatihan masa lalu. Kinerja cukup bila membandingkan hasil - hasil yang dicapai dengan sasaran - sasaran yang telah ditentukan. Umumnya pegawai atau karyawan dapat mengantisipasi masalah dan mencari bantuan dalam mengambil tindakan korektif.

4. Katagori sangat baik

Kinerja berada diatas normal dan telah memperlihatkan kemampuan untuk mencapai hasil yang banyak bidang melampaui yang dibutuhkan untuk memenuhi sasaran - sasaran yang ditetapkan.

5. Katagori baik sekali

Disini kinerja luar biasa di semua aspek. Prestasi dan hasil kerja sangat tinggi dan semua standar menunjukkan bahwa tingkat kinerja akan tetap tinggi selama beberapa waktu. Kinerja mendekati yang paling baik yang dapat diharapkan pada pekerjaan pada waktu ini, serta bisa menangani masalah yang paling sulit hanya dengan bimbingan sekali - kali. Selain itu Suyudi (1999:195) juga mengemukakan bahwa kinerja perusahaan yang baik itu tidak semata-mata hanya diukur berdasarkan besar kecil hasil usaha yang diraih, tetapi lebih penting dari itu adalah unsur proses yang mendukung yaitu :Mutu pelayanan sekaligus mutu produk yang dilaksanakan secara terpadu. Kehandalan manajemen yang meliputi

efisiensi dan efektivitas perusahaan. Perilaku etis dan kejujuran yang dimiliki perusahaan.

2.2.5 Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis adalah teknik yang sederhana dan digunakan untuk mengidentifikasi atribut - atribut dari produk atau pelayanan jasa yang paling dibutuhkan dari adanya sebuah pengembangan atau kandidat untuk kondisi penghematan biaya yang dimungkinkan tanpa kerugian yang signifikan terhadap kualitas secara keseluruhan.

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal sebagai quadrant analysis. IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor - faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor - faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. IPA menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Interpretasi grafik IPA sangat mudah, dimana grafik IPA dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *importance performance*. Mengenai metode IPA bahwa atribut *performance* digambarkan sepanjang sumbu-X dan atribut *importance* (kepuasan dan kualitas pelayanan) digambarkan sepanjang sumbu-Y (Martila dan James, 1977).

Importance Performance Analysis (IPA) secara konsep merupakan suatu model multi-atribut. Teknik ini mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan penawaran pasar dengan menggunakan dua kriteria yaitu kepentingan relatif atribut dan kepuasan konsumen. Penerapan teknik IPA dimulai dengan identifikasi atribut-atribut yang relevan terhadap situasi pilihan yang diamati. Daftar atribut - atribut dapat dikembangkan dengan mengacu kepada literatur -

literatur, melakukan interview, dan menggunakan penilaian manajerial. Di lain pihak, sekumpulan atribut yang melekat kepada barang atau jasa dievaluasi berdasarkan seberapa penting masing - masing produk atau jasa tersebut bagi konsumen dan bagaimana jasa atau barang tersebut dipersepsikan oleh konsumen. Evaluasi ini biasanya dipenuhi dengan melakukan survey terhadap sampel yang terdiri atas konsumen. Setelah menentukan atribut - atribut yang layak, konsumen ditanya dengan dua pertanyaan. Satu adalah atribut yang menonjol dan yang kedua adalah kinerja perusahaan yang menggunakan atribut tersebut. Dengan menggunakan mean, median atau pengukuran ranking, skor kepentingan dan kinerja atribut dikumpulkan dan diklasifikasikan ke dalam kategori tinggi atau rendah, kemudian dengan memasang kedua set ranking tersebut, masing-masing atribut ditempatkan ke dalam salah satu dari empat kuadran kepentingan kinerja (Crompton dan Duray, 1985).

Importance Performance Analysis terdiri dari dua komponen yaitu analisis kuadran dan analisis kesenjangan (gap). Dengan analisis kuadran dapat diketahui respon konsumen terhadap atribut yang diplotkan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut tersebut. Sedangkan analisis kesenjangan (gap) digunakan untuk melihat kesenjangan antara kepentingan relatif atribut dengan kepuasan konsumen terhadap atribut tersebut. Uji ini dilakukan guna menguji apakah terdapat kesenjangan (gap) antara Harapan dengan Persepsi dalam variabel yang dianalisis. Uji ini dilakukan dengan membedakan nilai Mean antara Harapan dengan Persepsi dan perbedaan tersebut berlangsung dalam kelompok sampel yang sama (pelanggan sama, mengisi kuesioner sama). Pengukuran kesenjangan pada penelitian ini adalah kesenjangan antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan. Dalam melakukan analisis gap, digunakan teknik menganalisis kuadran atau diagram kartesius atau biasa disebut Importance Performance Analysis.

Menurut Philip Kotler analisis arti penting - kinerja (importance - performance analysis) dapat digunakan untuk meranking berbagai elemen dari kumpulan jasa dan mengidentifikasi tindakan yang diperlukan. Martilla dan

James (1977) dalam (Zeithaml et.al, 1990) menyarankan penggunaan metode *Importance Performance Analysis* dalam mengukur tingkat kepuasan pelayanan jasa. Dalam metode ini diperlukan pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar konsumen merasa puas terhadap kinerja perusahaan, dan seberapa besar pihak penyedia jasa memahami apa yang diinginkan konsumen terhadap jasa yang mereka berikan. Kelemahan dalam metode ini yaitu hanya untuk mengidentifikasi kelemahan dan kelebihan dari sebuah perusahaan berdasarkan dua kriteria yang digunakan oleh konsumen dalam memberikan keputusan yaitu tingkat kepentingan dari kualitas layanan (*importance*) dan tingkat kinerja kualitas layanan (*performance*).

Skala Likert 5 tingkat digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan atau harapan yaitu sangat penting, penting, kurang penting, tidak penting, dan sangat tidak penting. Kelima tingkat tersebut diberi skor sebagai berikut. Martilla dan James (1977):

- a. Jawaban sangat penting diberi skor 5
- b. Jawaban penting diberi skor 4
- c. Jawaban kurang penting diberi skor 3
- d. Jawaban tidak penting diberi skor 2
- e. Jawaban sangat tidak penting diberi skor 1

Dalam analisis data ini terdapat dua buah variabel yang diwakili oleh huruf X dan Y, dimana X adalah tingkat kinerja suatu konsumen sementara Y adalah tingkat kepentingan atau harapan konsumen (Sugiyono. 2012).

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \dots\dots\dots (2.1)$$

Dimana : Tki = Tingkat kesesuaian responden
 Xi = Skor penilaian kinerja
 Yi = Skor penilaian kepentingan

Bobot penilaian kinerja atribut produk bobot penilaian tanggapan atau penilaian responden terhadap kinerja atribut - atribut yang telah dilakukan atau

dirasakan oleh responden. Kinerja dianggap telah memenuhi kepuasan konsumen jika $Tki > 100\%$ dan sebaliknya, jika besar $Tki < 100\%$ maka kinerja dianggap belum memenuhi kepuasan konsumen. Setelah diketahui tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan setiap peubah untuk seluruh responden, selanjutnya adalah memetakan hasil perhitungan yang telah didapat ke dalam diagram Kartesius. Masing – masing atribut diposisikan dalam sebuah diagram, dimana skor rata – rata penilaian terhadap tingkat kinerja (X) menunjukkan posisi suatu atribut pada sumbu X, sementara posisi atribut pada sumbu Y, ditunjukkan oleh skor rata – rata tingkat kepentingan terhadap atribut (Y).

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n} \dots\dots\dots (2.2)$$

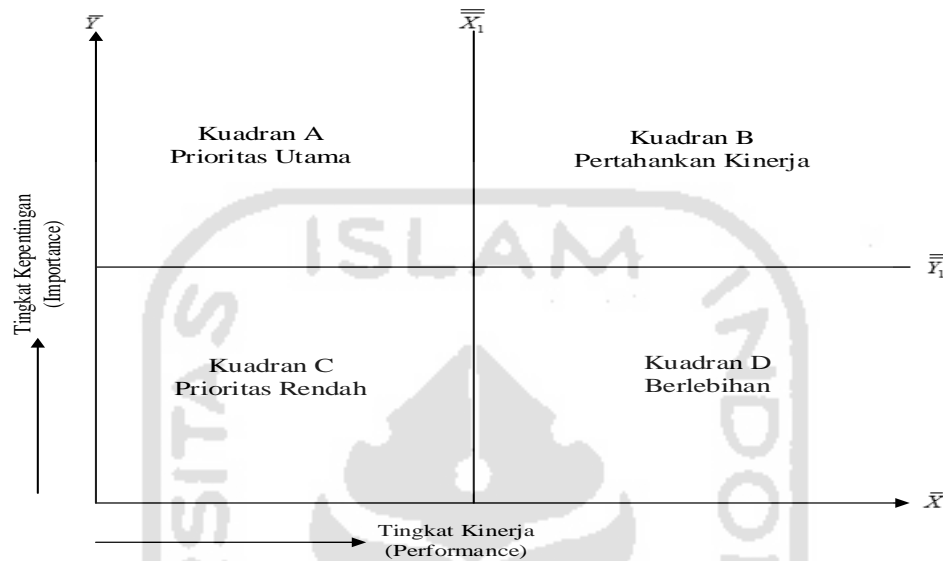
Dimana : \bar{X} = Skor rata – rata tingkat kinerja
 \bar{Y} = Skor rata – rata kepentingan
n = Jumlah responden

Diagram kartesius adalah diagram yang terdiri dari empat bagian yang dibatasi oleh dua buah bagian garis yang terpotong tegak lurus pada titik X dan Y, adalah X rata – rata dari bobot tingkat kinerja atribut, sedangkan Y merupakan rata – rata dari tingkat kepentingan seluruh factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, rumusnya adalah :

$$\bar{X}_1 = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{K} \text{ dan } \bar{Y}_1 = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{K} \dots\dots\dots (2.3)$$

Dimana : \bar{X}_1 = Rata – rata dari rata – rata skor kinerja
 \bar{Y}_1 = Rata – rata dari rata – rata skor kepentingan konsumen
K = Banyaknya atribut / faktor yang mempengaruhi penilaian kinerja

Nilai atribut X dan Y digunakan sebagai pasangan koordinasi titik – titik memposisikan suatu atribut terletak dimana diagram kartesius. Penjabaran diagram kartesius dapat dilihat pada gambar 2.1 (Supranto, 2010).



Gambar 2.1 Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dan Kinerja berdasarkan Importance Performance Analysis

Keterangan :

\bar{X} = Rata - rata bobot penilaian responden terhadap tingkat kinerja.

\bar{Y} = Rata - rata bobot penilaian responden terhadap tingkat kepentingan

\bar{X} = Rata - rata dari rata - rata bobot penilaian responden terhadap kinerja

\bar{Y} = Rata - rata dari rata – rata bobot penilaian responden terhadap kepentingan

Empat kuadran yang menjadi empat strategi, tergantung pada kuadran manakah yang menjadi penilaian konsumen atas produk atau jasa yang dikeluarkan. Untuk penilaian terhadap empat kuadran dapat dilihat penjelasan dibawah ini :

1. Kuadran pertama (I), memerlukan penanganan yang perlu diprioritaskan oleh tingkat manajemen, karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkat kepuasan kinerja rendah.

2. Kuadran kedua (II), menunjukkan daerah yang harus dipertahankan, karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga tinggi.
3. Kuadran ketiga (III), sebagai daerah prioritas rendah, karena tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga rendah. Pada kuadran ini terdapat beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen. Namun perusahaan harus selalu menampilkan sesuatu yang lebih baik diantara kompetitor yang lain.
4. Kuadran keempat (IV), dikategorikan sebagai daerah berlebihan, karena terdapat faktor yang bagi konsumen tidak penting, akan tetapi oleh perusahaan dilaksanakan dengan sangat baik. Selain itu dikarenakan tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja tinggi, sehingga bukan menjadi prioritas yang dibenahi.

Dalam menjawab sampai sejauh mana tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan, maka jasa dapat menjadi sesuatu yang bermanfaat apabila didasarkan pada kepentingan pelanggan dan kinerjanya bagi perusahaan. Artinya, perusahaan seharusnya mencurahkan perhatiannya pada hal-hal yang memang dianggap penting oleh para pelanggan. Penggunaan metode *Importance-Performance Analysis* adalah dalam mengukur tingkat kepuasan pelayanan jasa yang masuk pada kuadran-kuadran pada peta *Importance - Performance Matrix*. Dalam metode ini diperlukan pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar pelanggan merasa puas terhadap kinerja perusahaan, dan seberapa besar pihak penyedia jasa memahami apa yang diinginkan pelanggan terhadap jasa yang mereka berikan (Rahmawati. 2010).

BAB III

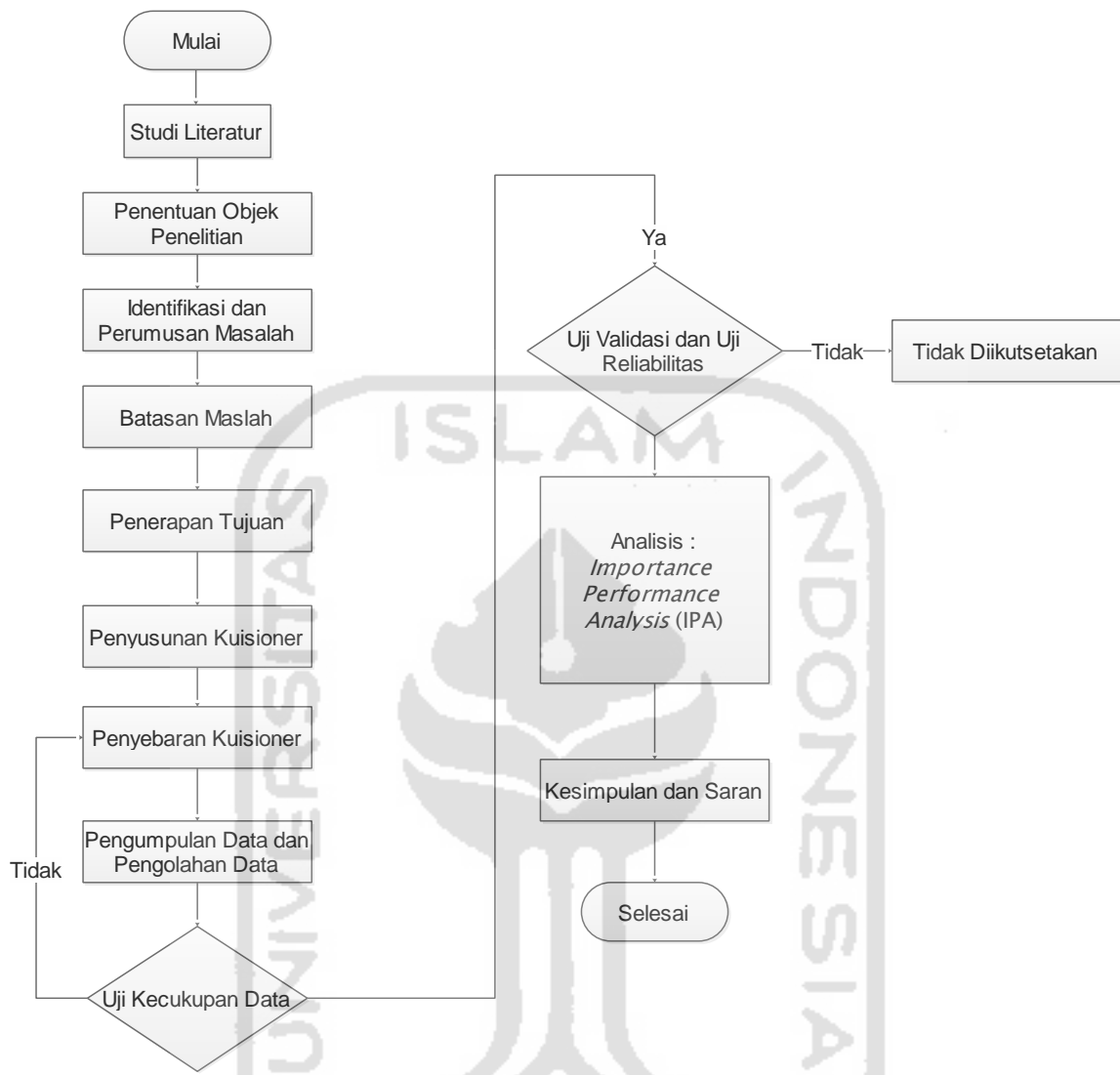
METODE PENELITIAN

3.1 Populasi Dan Sampel

Penelitian ini dilakukan di Stasiun Lempuyangan Yogyakarta. Sample yang digunakan dalam penelitian adalah konsumen yang menggunakan jasa kereta api dengan jumlah sample sebanyak 70 responden. Pengambilan data sample dilakukan secara acak sederhana.

3.2 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini, dilakukan identifikasi masalah, yaitu bagaimana tingkat kepentingan (*Importance*) dan kepuasan konsumen (*Satisfaction*) terhadap kinerja (*Performance*) pelayanan Stasiun Lempuyangan yang kemudian dianalisis dengan menggunakan metode *Important Performance Analysis* (IPA), dan dievaluasi tingkat kepuasan pelayanan menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) bagaimana prioritas perbaikan layanan yang diinginkan konsumen, sehingga dapat menghasilkan strategi-strategi yang lebih berorientasi pada peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Adapun langkah-langkah penelitian tersebut dapat dijelaskan pada gambar 3.1 :



Gambar 3.1 Diagram Alir Kerangka Penelitian

3.3 Jenis Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer merupakan kumpulan fakta yang didapatkan melalui penelitian langsung dari lapangan. Untuk mempermudah pelaksanaannya, pengambilan data primer dibantu dengan daftar pertanyaan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari pengumpulan literasi dari berbagai pihak ataupun instansi yang memiliki kaitan korelasi terhadap persoalan yang sedang diangkat dalam penelitian ini.

3.4 Pengumpulan Data

Pengumpulan mengenai data penelitian yang dikumpulkan akan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Wawancara, yaitu pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung dengan pihak-pihak terkait. Objek wawancara dalam penelitian ini adalah pihak Stasiun Lempuyangan, keterangan dan juga data-data yang dibutuhkan.
2. Observasi, yaitu pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung terhadap kondisi aktual dari objek penelitian.
3. Kuesioner, yaitu pengumpulan data dari para konsumen Stasiun Lempuyangan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan penelitian ini.
4. Studi kepustakaan, yaitu untuk memperoleh data dan informasi yang akan digunakan dalam penelitian ini diambil dari literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian dan dapat mendukung penelitian ini, baik dari buku-buku, situs internet, artikel, jurnal, skripsi, tesis serta dari laporan-laporan penelitian terdahulu.

3.5 Pengolahan Data

3.5.1 Uji Kecukupan Data

Uji Kecukupan data dilakukan untuk menentukan jumlah data (sampel) minimal yang harus diperoleh untuk dapat mewakili keseluruhan populasi sehingga hasil yang diperoleh bersifat obyektif dan bisa dipertanggung jawabkan. Sampel minimal dapat diketahui berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 \cdot p(1-p)}{E^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

Dimana :

n = Ukuran Sampel

Z = Nilai Tabel Z

p = Proporsi Sebenarnya Dari Populas

E = Tingkat Kesalahan

3.5.1 Uji Validitas Data

Validitas data dilakukan untuk menguji apakah tiap butir pertanyaan telah mengungkapkan faktor yang ingin diselidiki sesuai dengan kondisi populasinya. Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan *SPSS (Statistical Product and Service Solution)* versi 20. Semakin tinggi nilai validasi, menunjukkan bahwa kuesioner semakin tepat mengenai sasaran yang diinginkan dan konsisten dengan tujuan penyebarannya kuesioner. Berikut merupakan tabel yang menggambarkan range validitas :

Tabel 3.1 Validitas

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

3.5.3 Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas data dilakukan untuk menguji apakah sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Angka koefisien reliabilitas berkisar antara 0.00 hingga 1.00. Butir kuisisioner dinyatakan reliabel jika memberikan $\alpha > 0.50$. Dalam penelitian ini uji reliabilitas

menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 20. Butir kuisisioner dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0.50$.

3.5.4 Importance Performance Analysis (IPA)

1. Analisis Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja/pelaksanaan dengan skor kepentingan/harapan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor kinerja yang diukur. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \dots\dots\dots(3.2)$$

Dimana : Tki = Tingkat kesesuaian responden
 Xi = Skor penilaian kinerja
 Yi = Skor penilaian kepentingan

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja PT. KAI, sedangkan sumbu (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan konsumen dengan menggunakan

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n} \dots\dots\dots(3.3)$$

Dimana : \bar{X} = Skor rata – rata tingkat kinerja
 \bar{Y} = Skor rata – rata kepentingan
 n = Jumlah responden

2. Analisis Diagram Kartesius

Hubungan antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja yang dirasakan oleh konsumen maka digunakan diagram Kartesius yang dibagi menjadi empat bagian dan dibatasi oleh dua garis berpotongan tegak lurus ($\bar{\bar{X}}_1$ dan $\bar{\bar{Y}}_1$) dimana $\bar{\bar{X}}_1$ merupakan rata-rata dari rata-rata nskor tingkat kinerja dan $\bar{\bar{Y}}_1$ merupakan rata-rata dari rata-rata nskor tingkat kepentingan. Pembagian daerah tersebut didasarkan pada perpotongan 2 (dua) buah garis secara tegak lurus pada titik $\bar{\bar{X}}_1$ dan $\bar{\bar{Y}}_1$ yang didapat dengan rumus :

$$\bar{\bar{X}}_1 = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_1}{K} \text{ dan } \bar{\bar{Y}}_1 = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_1}{K} \dots\dots\dots(3.4)$$

Dimana : $\bar{\bar{X}}_1$ = Rata – rata dari rata – rata skor kinerja
 $\bar{\bar{Y}}_1$ = Rata – rata dari rata – rata skor kepentingan konsumen
 K = Banyaknya atribut / faktor yang mempengaruhi penilaian kinerja

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Deskripsi PT Kereta Api Indonesia DAOP 6 Lempuyangan, Yogyakarta

4.1.1 Letak Geografis

PT Kereta Api Indonesia DAOP 6 Lempuyangan, Terletak Di Jl. Lempuyangan No 1, Kota Baru, Gondokusuman, Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta

4.1.2 Sejarah Singkat

Kehadiran kereta api di Indonesia ditandai dengan pencangkulan pertama pembangunan jalan KA di desa Kemijen, Jum'at tanggal 17 Juni 1864 oleh Gubernur Jenderal Hindia Belanda, Mr. L.A.J Baron Sloet van den Beele. Pembangunan diprakarsai oleh Naamlooze Venootschap Nederlandsch Indische Spoorweg Maatschappij (NV. NISM) yang dipimpin oleh Ir. J.P de Bordes dari Kemijen menuju desa Tanggung (26 Km) dengan lebar sepur 1435 mm. Ruas jalan ini dibuka untuk angkutan umum pada hari Sabtu, 10 Agustus 1867.

Keberhasilan swasta, NV. NISM membangun jalan KA antara Kemijen - Tanggung, yang kemudian pada tanggal 10 Februari 1870 dapat menghubungkan kota Semarang - Surakarta (110 Km), akhirnya mendorong minat investor untuk membangun jalan KA di daerah lainnya. Tidak mengherankan, kalau pertumbuhan panjang jalan rel antara 1864 - 1900 tumbuh dengan pesat. Kalau tahun 1867 baru 25 Km, tahun 1870 menjadi 110 Km, tahun 1880 mencapai 405 Km, tahun 1890 menjadi 1.427 Km dan pada tahun 1900 menjadi 3.338 Km.

Selain di Jawa, pembangunan jalan KA juga dilakukan di Aceh (1874), Sumatera Utara (1886), Sumatera Barat (1891), Sumatera Selatan (1914), bahkan tahun 1922 di Sulawesi juga telah dibangun jalan KA sepanjang 47 Km antara

Makasar-Takalar, yang pengoperasiannya dilakukan tanggal 1 Juli 1923, sisanya Ujungpandang - Maros belum sempat diselesaikan. Sedangkan di Kalimantan, meskipun belum sempat dibangun, studi jalan KA Pontianak - Sambas (220 Km) sudah diselesaikan. Demikian juga di pulau Bali dan Lombok, pernah dilakukan studi pembangunan jalan KA.

Sampai dengan tahun 1939, panjang jalan KA di Indonesia mencapai 6.811 Km. Tetapi, pada tahun 1950 panjangnya berkurang menjadi 5.910 km, kurang lebih 901 Km raib, yang diperkirakan karena dibongkar semasa pendudukan Jepang dan diangkut ke Burma untuk pembangunan jalan KA di sana. Jenis jalan rel KA di Indonesia semula dibedakan dengan lebar sepur 1.067 mm; 750 mm (di Aceh) dan 600 mm di beberapa lintas cabang dan tram kota. Jalan rel yang dibongkar semasa pendudukan Jepang (1942 - 1943) sepanjang 473 Km, sedangkan jalan KA yang dibangun semasa pendudukan Jepang adalah 83 km antara Bayah - Cikara dan 220 Km antara Muaro - Pekanbaru. Ironisnya, dengan teknologi yang seadanya, jalan KA Muaro - Pekanbaru diprogramkan selesai pembangunannya selama 15 bulan yang mempekerjakan 27.500 orang, 25.000 diantaranya adalah Romusha. Jalan yang melintasi rawa-rawa, perbukitan, serta sungai yang deras arusnya ini, banyak menelan korban yang makamnya bertebaran sepanjang Muaro- Pekanbaru.

Setelah kemerdekaan Indonesia diproklamirkan pada tanggal 17 Agustus 1945, karyawan KA yang tergabung dalam Angkatan Moeda Kereta Api (AMKA) mengambil alih kekuasaan perkeretaapian dari pihak Jepang. Peristiwa bersejarah tersebut terjadi pada tanggal 28 September 1945. Pembacaan pernyataan sikap oleh Ismangil dan sejumlah anggota AMKA lainnya, menegaskan bahwa mulai tanggal 28 September 1945 kekuasaan perkeretaapian berada di tangan bangsa Indonesia. Orang Jepang tidak diperbolehkan campur tangan lagi urusan perkeretaapian di Indonesia. Inilah yang melandasi ditetapkannya 28 September 1945 sebagai Hari Kereta Api di Indonesia, serta dibentuknya Djawatan Kereta Api Republik Indonesia (DKARI).

4.1.3 Visi dan Misi

1. Visi

Menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan *stakeholder*

2. Misi

Menyelenggarakan bisnis perkeretaapian dan bisnis penunjangnya, melalui praktek bisnis dan model yang tinggi bagi *stakeholder* dan kelestarian lingkungan berdasarkan 4 pilar utama: keselamatan, ketepatan waktu, pelayanan dan kenyamanan.

4.2 Pengumpulan Data

4.2.1 Pengujian Koesioner

Pengujian kuesioner ini bertujuan untuk menguji kelayakan dan keandalan pernyataan-pernyataan dalam kuesioner tersebut. Pada penelitian ini kuesioner dilakukan kepada 70 responden, jumlah tersebut dianggap memenuhi syarat suatu data dapat diolah dan data dapat diasumsikan mendekati distribusi normal. Berdasarkan teorema limit sentral, rata-rata sampel umumnya baik apabila $n \geq 30$ (Walpole dan Myers, 1995). Kuesioner yang disebarkan peneliti merupakan kuesioner pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen pengguna jasa perkeretaapian, penelitian dilakukan di Stasiun KAI Lempuyangan, Yogyakarta. Kuesioner ini berisi mengenai penilaian harapan konsumen terhadap kenyataan pelayanan jasa Stasiun KAI Lempuyangan yang dirasakan konsumen. Kuesioner ini terdiri dari 22 (dua puluh dua) pertanyaan. Pembuatan kuesioner penelitian menggunakan variabel pada *Servqual (Service of Quality)* yaitu dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Setiap variabel terdiri dari beberapa atribut. Kemudian untuk setiap atribut memiliki kriteria kinerja dan harapan.

1. **Kinerja**

SP = Sangat Puas	= 5
P = Puas	= 4
KP= Kurang Puas	= 3
TP = Tidak Puas	= 2
STP= Sangat Tidak Puas	= 1

2. **Harapan**

SP = Sangat Puas	= 5
P = Puas	= 4
KP= Kurang Puas	= 3
TP = Tidak Puas	= 2
STP= Sangat Tidak Puas	= 1

Tabel 4.1 Atribut Kuesioner

Kriteria	Urutan	Atribut
Sarana Fisik	1	Gedung stasiun kereta api bersih dan rapi
	2	Fasilitas tempat duduk di ruang tunggu sebelum keberangkatan
	3	Tampilan loket pembayaran pada PT. KAI
	4	Penampilan karyawan PT. KAI menarik
	5	Peralatan <i>boarding pass</i> yang digunakan mendukung pelayanan
	6	Fasilitas tempat duduk di ruang tunggu yang diberikan saat terjadi antrian
	7	Fasilitas pelengkapan yang tersedia
	8	Keadaan lokasi parkir yang tersedia
Kehandalan	9	Karyawan memberikan pelayanan secara maksimal kepada konsumen saat transaksi pembelian tiket
	10	Karyawan mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen
	11	Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan
	12	Karyawan mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi konsumen
	13	Pelayanan karyawan saat terjadi antrian dalam pembelian

Kriteria	Urutan	Atribut
		tiket
Daya Tanggap	14	Karyawan yang menerima pertanyaan dan keluhan dapat langsung menjawab dan mampu menyelesaikan keluhan
	15	karyawan terampil dalam menangani konsumen saat bertransaksi dalam pembelian tiket
Jaminan	16	Karyawan membuat konsumen merasa aman dan percaya selama bertransaksi
	17	Karyawan selalu bersikap sopan pada setiap konsumen
	18	Karyawan memberikan informasi secara jelas dan mudah dipahami
	19	Karyawan menanggapi protes konsumen
	20	Keamanan selama dalam pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan yang diberikan
Empati	21	Karyawan dapat menciptakan komunikasi yang baik kepada konsumen
	22	Karyawan selalu mengutamakan kepentingan konsumen

Kemudian untuk menentukan seberapa besar sampel sebagai wakil populasi yang akan digunakan, pedoman yang digunakan sebagai acuan rumus adalah:

$$n = \frac{z^2 \cdot p(1-p)}{E^2} \dots \dots \dots (4.1)$$

$$F(P) = P - P^2 \dots \dots \dots (4.2)$$

$$\frac{df(p)}{d(p)} = 1 - 2p \dots \dots \dots (4.3)$$

$$\frac{df(p)}{d(p)} \text{ maksimal jika } \frac{df(p)}{d(p)} = 0$$

$$0 = 1 - 2p$$

$$-1 = -2p$$

$$P = 0,5$$

Dengan tingkat kepercayaan 90%

Derajat ketelitian (α) 10 % = 0,1 : $\alpha/2 = 0,05$: $Z \alpha/2 = 1.645$

$$n = \frac{Z^2 - P(1-P)}{E^2} \dots \dots \dots (4.4)$$

$$n = \frac{1,645 - 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$n = 67,65$ atau dibulatkan menjadi 68 sampel

dari hasil penyebaran kuesioner didapatkan 70 konsumen $n' = 70$ ($n' (70) > (68)$) maka data dikatakan cukup.

4.2.2 Uji Validasi

Setelah didapatkan hasil dari kuesioner dengan dimensi servqual kepada 70 responden, maka dilakukan uji validasi dari hasil tersebut. Uji validasi dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner (Sunyoto, 2011). Dalam penelitian kali ini uji validasi dilakukan untuk mengukur tingkat sah dari kuesioner tersebut. Kuesioner dikatakan valid apabila mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Sunyoto, 2011). Dalam perhitungan uji validasi menggunakan bantuan *software* SPSS. Berdasarkan tabel R untuk nilai r dengan N sebesar 70 dan tingkat ketelitian 5% sebesar 0.235. Berikut merupakan perhitungan uji validasi dengan menggunakan SPSS 20 :

Tabel 4.2 Validasi Kinerja Perusahaan

Kinerja			
Atribut	Rhitung	Rtabel	Ket
1	0.436	0.235	Valid
2	0.524	0.235	Valid
3	0.532	0.235	Valid
4	0.583	0.235	Valid
5	0.606	0.235	Valid
6	0.480	0.235	Valid
7	0.554	0.235	Valid
8	0.468	0.235	Valid
9	0.761	0.235	Valid
10	0.676	0.235	Valid
11	0.629	0.235	Valid
12	0.654	0.235	Valid
13	0.678	0.235	Valid
14	0.570	0.235	Valid
15	0.576	0.235	Valid
16	0.680	0.235	Valid
17	0.606	0.235	Valid
18	0.680	0.235	Valid
19	0.670	0.235	Valid
20	0.653	0.235	Valid
21	0.737	0.235	Valid
22	0.705	0.235	Valid

Dapat diketahui dari tabel validitas kinerja PT. KAI Lempuyangan bahwa semua nilai r hitung tersebut lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0.235. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua atribut atau semua pertanyaan dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel.

Tabel 4.3 Validasi Harapan

Kinerja			
Atribut	Rhitung	Rtabel	Ket
1	0.468	0.235	Valid
2	0.327	0.235	Valid
3	0.417	0.235	Valid
4	0.449	0.235	Valid
5	0.385	0.235	Valid
6	0.457	0.235	Valid
7	0.560	0.235	Valid
8	0.481	0.235	Valid
9	0.674	0.235	Valid
10	0.621	0.235	Valid
11	0.569	0.235	Valid
12	0.565	0.235	Valid
13	0.453	0.235	Valid
14	0.502	0.235	Valid
15	0.706	0.235	Valid
16	0.582	0.235	Valid
27	0.545	0.235	Valid
18	0.586	0.235	Valid
19	0.710	0.235	Valid
20	0.637	0.235	Valid
21	0.613	0.235	Valid
22	0.477	0.235	Valid

Dapat diketahui dari tabel validitas harapan PT. KAI Lempuyangan bahwa semua nilai r hitung tersebut lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0.235. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua atribut atau semua pertanyaan dinyatakan valid karena nilai r hitung $>$ r tabel.

4.2.3 Uji Relibilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran kuesioner yang digunakan relatif konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih pada responden yang berbeda. Reliabilitas kuesioner berkaitan dengan skor hasil pengukuran terbebas dari kesalahan pengukuran. Metode yang digunakan untuk pengujian reliabilitas dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan nilai *Alpha Cronbach* yang didapat dengan bantuan *Software SPSS 20*. Dalam perhitungan reliabilitas, terdapat ketetapan nilai yang dibagi dalam lima kelas dengan *range* yang sama, seperti pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.4 Ketetapan Nilai Reliabilitas

Alpha Cronbach's	Tingkat Reliabilitas
0.00 s/d 0.20	Kurang Reliabel
0.21 s/d 0.40	Agak Reliabel
0.41 s/d 0.60	Cukup Reliabel
0.61 s/d 0.80	Reliabel
0.81 s/d 1.00	Sangat Reliabel

Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Kinerja Perusahaan
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,941	22

Dari hasil pada tabel 4.5 dapat dilihat bahwa dengan menggunakan bantuan software spss nilai *cronbach's alpha* yaitu sebesar 0.941 dengan *N of item* sebanyak 22. Nilai tersebut berada diantara range 0.81-1.00 sehingga masuk ke dalam kategori sangat reliabel.

Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Harapan Konsumen
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,923	22

Dari hasil pada tabel dapat dilihat bahwa dengan menggunakan bantuan software spss nilai *cronbach's alpha* yaitu sebesar 0.923 dengan *N of item* sebanyak 22. Nilai tersebut berada diantara range 0.81-1.00 sehingga masuk ke dalam kategori sangat reliabel.

4.3 Pengolahan Data

4.3.1 *Importance Performance Analysis (IPA)*

Importance Performance Analysis (IPA) adalah alat analisis yang digunakan untuk menganalisis tingkat harapan dan tingkat kinerja guna mengetahui atribut mana yang dinilai masih rendah kinerjanya dan harus ditingkatkan serta atribut mana dari 22 atribut kualitas pelayanan yang kinerjanya sudah dinilai baik dan harus dipertahankan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen KAI Lempuyangan Yogyakarta.

4.3.2 Analisis Tingkat Kesesuaian (Tki)

Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara skor kinerja pelaksanaan dengan skor harapan, sehingga dapat digunakan untuk menentukan skala prioritas (Yola dan Duwi, 2013). Tingkat kesesuaian antara kinerja pelaksanaan dengan skor harapan dapat dilihat pada Tabel dibawah ini.

Tabel 4.7 Nilai Tingkat Kesesuaian

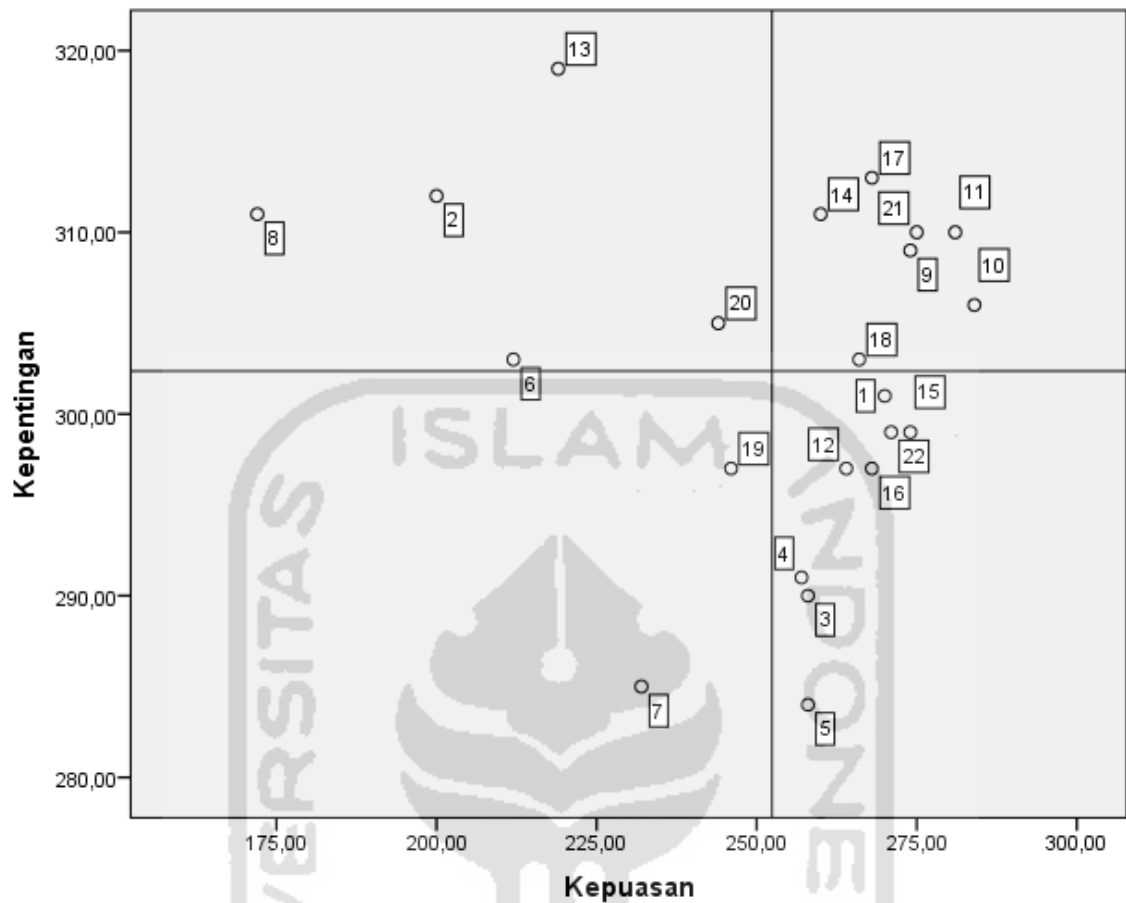
No	Ki	Hi	Tki
1	270	301	89,70
2	200	312	64,10
3	258	290	88,97
4	257	291	88,32
5	258	284	90,85
6	212	303	69,97
7	232	285	81,40
8	172	311	55,31
9	274	309	88,67
10	284	306	92,81
11	281	310	90,65
12	264	297	88,89
13	219	319	68,65
14	260	311	83,60
15	274	299	91,64
16	268	297	90,24
17	268	313	85,62
18	266	303	87,79
19	246	297	82,83
20	244	305	80,00
21	275	310	88,71
22	271	299	90,64
Rata rata			83,61

Berdasarkan Tabel 4.7 diperoleh nilai rata-rata kesesuaian berada pada rentang nilai 53-92 yaitu 83,61% sehingga dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa atribut-atribut tersebut masuk dalam kategori “sesuai”. Menurut Sukardi dan Cholidis (2006), jika nilai dari tingkat kesesuaian mendekati 100% dan berada di atas rata-rata maka dapat dikatakan tingkat kesesuaian sudah baik. Tetapi jika dilihat dari 22 atribut nilai kesesuaian maka terlihat ada atribut yang memiliki tingkat terendah yaitu sebesar 55,31% pada atribut lokasi parkir yang tersedia,

ini menunjukkan bahwa masih adanya atribut yang belum masuk dalam kategori “sesuai”. Sedangkan atribut yang memiliki tingkat tertinggi yaitu sebesar 92,81% pada atribut Karyawan mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen, ini menunjukkan bahwa atribut telah “sangat sesuai” karna telah mendekati 100%.

4.3.3 Analisis Tingkat Kepentingan dan Kepuasan

Rata-rata persepsi tiap atribut merupakan dasar untuk menentukan apakah tiap atribut kinerja PT KAI Lempuyangan sudah baik atau belum, yaitu dengan membandingkan dari rata-rata seluruh atribut (X) dan diperoleh hasil sebesar 252,40. Rata-rata harapan tiap atribut merupakan dasar untuk menentukan apakah atribut tersebut penting atau tidak penting, yaitu dengan membandingkan terhadap nilai dari rata-rata seluruh atribut (Y) dan diperoleh hasil sebesar 302,36. Nilai rata-rata persepsi dan harapan tersebut digunakan untuk menganalisis data dalam diagram kartesius pada Gambar dibawah ini.



Gambar 4.1 Diagram Kartesius *Importance Performance Analysis* (IPA)

Dari gambar diatas diketahui atribut- atribut yang masuk ke dalam kuadran I pada diagram kartesius, yaitu ditandai dengan angka 2, 6, 8, 13 dan 20: fasilitas tempat duduk di ruang tunggu, fasiltas tempat duduk ruang tunggu saat terjadi antrian, keadan lokasi parkir yang tersedia, pelayanan karyawan saat terjadi antrian dan keamanan saat pelayanan, dan kepercayaan terhadap pelayanan yang diberikan hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan yang tinggi namun kepuasannya rendah dan perlunya dilakukan perbaikan agar konsumen dapat merasa puas.

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Analisis Data Kuesioner

5.1.1 Uji Kecukupan Data

Berdasarkan perhitungan uji kecukupan data yang terdapat pada pengolahan data dengan menggunakan (α) 10 %, $Z = 1.645$. dengan nilai tingkat kepercayaan 90% didapat jumlah data sampel sebesar 67,65 data, dengan pengambilan data sebanyak 70 responden dianggap sudah cukup mewakili sebagai sampel dari suatu populasi karena data minimal yang dibutuhkan hanya sebanyak 68 responden. Kuesioner yang diberikan kepada konsumen adalah kuesioner mengenai pelayanan jasa yang diberikan oleh PT KAI Lempuyangan, dimana kuesioner ini sendiri terdiri dari 22 pertanyaan dari 5 variabel, dan setiap variabel memiliki 2 (dua) kriteria kinerja dan harapan. Data yang didapatkan sebanyak 70 responden yang akan dimasukkan kedalam bentuk lampiran. Pembuatan kuesioner penelitian menggunakan variabel pada *serqual* (*service of quality*) yang terdiri dari *tangible*, *releability*, *respon siveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

5.1.2 Uji Validasi

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Software SPSS 20 for Windows* dimana dapat diketahui atau dilihat hasilnya pada tabel 4.2 dan 4.3. Pada penelitian ini Uji validitas data dilakukan hanya 1 (satu) iterasi saja, karena pada iterasi tersebut, atribut pertanyaan yang ada sudah *valid* seluruhnya. Hal ini menunjukkan bahwa atribut – atribut yang terdapat pada

kuesioner bisa mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan atribut tersebut.

Dapat diketahui dari tabel validitas kinerja dan harapan yang terdapat pada PT. KAI bahwa semua nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel 0.235. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua atribut atau semua pertanyaan dinyatakan valid karena nilai r hitung $>$ r tabel.

5.1.3 Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas ini dapat diketahui hasilnya melalui tabel 4.4, 4.5, dan 4.6, karena pada tabel- tabel tersebut dapat dilihat bahwa dengan menggunakan bantuan *software spss 20* nilai *cronbach's alpha* yaitu sebesar 0,941 dengan *N of item* sebanyak 22. Nilai tersebut berada diantara range 0.81-1.00 sehingga masuk ke dalam kategori sangat reliabel yang terjadi pada kinerja.

Kemudian pada tabel harapan konsumen dengan menggunakan bantuan *software spss 20* nilai *cronbach's alpha* yaitu sebesar 0.923 dengan *N of item* sebanyak 22. Nilai tersebut berada diantara range 0.81-1.00 sehingga masuk ke dalam kategori sangat reliabel.

5.2 Importance Performance Analysis (IPA)

Berdasarkan Tabel 4.7 diperoleh nilai rata-rata kesesuaian berada pada rentang nilai 53-92 yaitu 83,61% sehingga dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa atribut-atribut tersebut masuk dalam kategori “sesuai”. Menurut Sukardi dan Cholidis (2006), jika nilai dari tingkat kesesuaian mendekati 100% dan berada di atas rata-rata maka dapat dikatakan tingkat kesesuaian sudah baik. Tetapi jika dilihat dari 22 atribut nilai kesesuaian maka terlihat ada atribut yang memiliki tingkat terendah yaitu sebesar 55,31% pada atribut lokasi parkir yang tersedia, ini menunjukkan bahwa masih adanya atribut yang belum masuk dalam kategori “sesuai”. Sedangkan atribut yang memiliki tingkat tertinggi yaitu sebesar 92,81% pada atribut Karyawan mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen, ini menunjukkan bahwa atribut telah “sangat sesuai” karna telah mendekati 100%. Hasil perhitungan nilai (rata-rata

skor kinerja) dan (rata-rata skor kepentingan) kemudian dipetakan dalam diagram kartesius, yang bertujuan untuk mengetahui letak atribut terdapat pada kuadran berapa. Pengukuran Tingkat Kesesuaian dilakukan untuk mencari urutan prioritas perbaikan layanan

Dari gambar 4.1 diatas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Kuadran I

Kuadran A menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap penting oleh pelanggan namun tidak terlaksanakan dengan baik oleh perusahaan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- (2) fasilitas tempat duduk di ruang tunggu sebelum keberangkatan
- (6) Fasilitas tempat duduk di ruang tunggu yang diberikan saat terjadi antrian
- (8) Keadaan lokasi parkir yang tersedia
- (13) Pelayanan karyawan saat terjadi antrian
- (20) Keamanan selama dalam pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan yang diberikan

2. Kuadran II

Kuadran B menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap penting dan memuaskan pelanggan yang sudah dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- (9) Karyawan memberikan pelayanan secara maksimal kepada konsumen saat transaksi pembelian tiket
- (10) Karyawan mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen
- (11) Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan
- (14) Karyawan tanggap melayani konsumen dengan cepat
- (17) Karyawan selalu bersikap sopan kepada setiap konsumen
- (18) Karyawan memberikan informasi secara jelas dan mudah dipahami
- (21) Karyawan dapat menciptakan komunikasi yang baik kepada konsumen

3. Kuadran III

Kuadran C menunjukkan faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan tidak terlaksanakan dengan baik oleh perusahaan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- (7) fasilitas perlengkapan yang tersedia
- (19) Karyawan menanggapi protes konsumen

4. Kuadran IV

- (1) Gedung setasiun kereta api bersih dan rapi
- (3) Tampilan loket pembayaran pada PT. KAI
- (4) Penampilan karyawan PT. KAI menarik
- (5) Peralatan yang digunakan mendukung pelayanan
- (12) Karyawan mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi konsumen
- (15) Karyawan terampil dalam menangani konsumen saat bertransaksi dalam pembelian tiket
- (16) Karyawan membuat konsumen merasa aman dan percaya selama bertransaksi
- (22) Karyawan selalu mengutamakan kepentingan konsumen

5.3 Evaluasi peningkatan pelayanan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui yang mejadi sasaran utamanya adalah fasilitas ruang tunggu, Fasilitas ruang tunggu yang diberikan saat terjadi antrian, Lokasi parkir, Pelayanan karyawan saat terjadi antrian, Keamanan selama dalam pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan yang diberikan, semua ini terdapat pada kuadran satu diagram kartesius yang terdapat pada Tabel 4.1 Kuadran ini menunjukkan indikator yang sangat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut yang kondisinya tidak memuaskan dan perlu mendapat prioritas peningkatan.

5.4 Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan

Adapun usulan yang diberikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan dapat dilihat pada kuadran 1 (pertama) sebagai berikut :

Tabel 5.1 Usulan Perbaikan

No	Tki	Atribut	Usulan Perbaikan
2	64,10	Fasilitas Tempat Duduk Ruang Tunggu Sebelum Keberangkatan	Menambahkan karyawan dan menambah fasilitas tempat duduk diruang tunggu, agar konsumen yang menunggu merasa nyaman. (Nugraha, dkk, 2015)
6	69,97	Fasilitas Tempat Duduk Ruang Tunggu Saat Terjadi Antrian	Menambahkan karyawan dan menambah fasilitas tempat duduk diruang tunggu, agar konsumen yang menunggu merasa nyaman. (Nugraha, dkk, 2015)
8	55,31	Keadaan Lokasi Parkir Yang Tersedia	Dengan memberi plang/papan peringatan bahwa yang dapat parkir ditempat itu (dibahu jalan) hanyalah konsumen KAI Lempuyangan saja. (Khairan 2014)
13	68,65	Pelayanan Karyawan Saat Terjadi Antrian	Pada stasiun ini diharapkan perlu melakukan penambahan fasilitas pelayanan costumer servic dan loket tiket, sehingga pelanggan tidak menghabiskan waktu untuk menunggu

No	Tki	Atribut	Usulan Perbaikan
20	80,00	Keamanan Saat Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Pelayanan Yang Diberikan	<p>terlalu lama. (Ahse 2014)</p> <p>melakukan penambahan karyawan dan pelatihan karyawan. Dengan jumlah petugas keamanan yang memadai akan membuat perjalanan semakin aman dari kasus-kasus kriminal. Begitu juga dengan reputasi yang dimiliki oleh PT KAI Lempuyangan, dengan reputasi yang baik akan membuat penumpang semakin percaya pada jasa transportasi ini. (Santoso 2015).</p>

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 KESIMPULAN

Dari hasil analisis diatas maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Diketahui nilai rata-rata kesesuaian berada pada rentang nilai 53-92 yaitu 83,61% sehingga dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa atribut-atribut tersebut masuk dalam kategori “sesuai, hal ini menunjukkan bahwa konsumen PT. KAI Lempuyangan sudah merasa puas, namun terdapat sebagian atribut yang belum memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Tidak terpenuhinya kebutuhan dan keinginan konsumen ditunjukkan oleh beberapa atribut yang masuk ke dalam kuadran I pada diagram kartesius, yaitu : fasilitas tempat duduk di ruang tunggu sebelum keberangkatan, fasilitas tempat duduk saat terjadi antrian, kondisi lokasi parkir yang tersedia, pelayanan karyawan saat terjadi antrian dan keamanan saat pelayanan pembelian tiket, dan kepercayaan terhadap pelayanan yang diberikan. Atribut – atribut yang terletak pada kuadran I didapat dari hasil kuadran pada metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Dimana dapat disimpulkan juga adanya kesesuaian permasalahan ketika melakukan wawancara pada pihak KAI, kemudian melakukan observasi dan terakhir dengan menggunakan analisis dengan metode IPA yang menunjukkan adanya atribut-atribut yang perlu dilakukan perbaikan.

2. Usulan perbaikan yang diberikan yaitu :
 - a. menambah fasilitas tempat duduk diruang tunggu, agar konsumen yang menunggu merasa nyaman.
 - b. Disarankan untuk pihak manajemen PT. KAI adalah memberi plang/papan peringatan bahwa yang dapat parkir ditempat itu (dibahu jalan) hanyalah konsumen KAI Lempuyangan saja.
 - c. Pada stasiun ini diharapkan perlu melakukan penambahan fasilitas pelayanan costumer service dan loket tiket, sehingga pelanggan tidak menghabiskan waktu untuk menunggu terlalu lama
 - d. melakukan penambahan karyawan dan pelatihan karyawan. Dengan jumlah petugas keamanan yang memadai akan membuat perjalanan semakin aman dari kasus-kasus kriminal. Begitu juga dengan reputasi yang dimiliki oleh PT KAI, dengan reputasi yang baik akan membuat penumpang semakin percaya pada jasa transportasi

6.2 SARAN

1. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diharapkan pihak PT. KAI Lempuyangan dapat memperbaiki atribut-atribut yang telah disebutkan pada kesimpulan, dimana atribut-atribut tersebut berada pada kuadran I sebagai prioritas utama untuk dilakukan perbaikan sesuai dengan urutan prioritasnya sehingga menjadi lebih baik kedepannya.
2. Tetap mempertahankan atribut-atribut yang dianggap sudah memuaskan konsumen sehingga pihak PT. KAI Lempuyangan akan lebih fokus untuk meningkatkan pelayanan yang dianggap kurang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S.R. (2002). Sistem Manajemen Kinerja. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ashe. (2005). *“The Lengthening Anti-Bribery Lasso Of The United States: The Recent Extraterritorial Application Of The U.S. Foreign Corrupt Practice Act”*, *Fordham Law Review*.
- Brandt, D.R. (2000). *“An “Outside-In” Approach to Determining Customer-Driven Priorities for Improvement and Innovation”*, *White Paper Series*, Volume 2 – 2000.
- Hamdani, A. (2006). *”Manajemen Pemasaran Jasa”*. Jakarta : Salemba Empat.
- Hartono, J. (2006). Analisis & Desain Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis. Yogyakarta
- Isnan. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Online Reservation Ticket Terhadap Kepuasan Pelanggan. Universitas Diponegoro. Semarang
- Kotler, P. (1994). Analisis Perencanaan dan Pengendalian, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. (2000). *”Manajemen Pemasaran Jilid I (Edisi Bahasa Indonesia)”*. Jakarta: PT.Prenhalindo Indonesia.
- Kotler, P. (2004). Manajemen Pemasaran, Indonesia PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Martilla, J.A. and James. (1977). *Importance–performance analysis*. *Journal of Marketing*,
- Moenir, H.A.S. (2003). Manajemen Pelayanan Umum, Bumi Aksara, Jakarta.
- Musroh. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Sriwedari di Stasiun Solo Balapan Jurusan Solo-Yogyakarta.

- Nawawi, H. (2006). *Evaluasi dan Manajemen Kinerja di Lingkungan Perusahaan dan Industri*. Yogyakarta: Gadjah Mada University.
- Nugraha et al. (2015). *Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Service Kendaraan Bermobil Menggunakan Metode Service Quality Di Pt Siloam Kia Bandung*. Institut Teknologi Nasional (Itenas) Bandung.
- Nugraha, A. Harson, A. Dwi, D. (2015). *Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Service Kendaraan Bermobil Menggunakan Metode Service Quality Di Pt Siloam Kia Bandung*. Institut Teknologi Nasional (Itenas) Bandung.
- Oktavi, L.Z. (2009). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Shar-E Di Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Puspitasari, H. (2010). *Identifikasi Dan Penyusunan Faktor Kepuasan Pelayanan Di Upt Perpustakaan Pusat Universitas Sebelas Maret Surakarta Berdasarkan Persepsi Pengunjung, Universitas Sebelas Maret Surakarta*.
- Rangkuti, F. (2002). *Mengukur Efektivitas Program Promosi*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ratminto dan Winarsih. (2005). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta : Penerbit Pustaka Pelajar
- Ruhimat, D. (2008). *Kepuasan Pelanggan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sinambela dan Poltak . (2006). *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta : Bumi Aksara
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia
- Supranto. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Suyadi, P. (1999). *Kebijakan Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: BPFEE.
- Tjiptono, F. (1996). *Total Quality Service*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2003). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono. (2006). Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publishing.

Wibowo. (2013). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Krl Commuter Line Bogor-Jakarta.



LAMPIRAN 1

(11)

KUISIONER

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DI PT. KERETA API INDONESIA
MENGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* DAN
*CUSTOMER SATISFACTION INDEX***

(Studi Kasus PT. Kereta Api Indonesia Pada Stasiun Lempuyangan, Yogyakarta)

Bersama dengan ini, saya mohon kesediaan Saudara/Saudari, Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner yang saya berikan.

Informasi yang Anda berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatian yang Anda berikan, saya ucapkan beribu ribu terima kasih.

I. Data Responden

Nama : Lutfiyana M.
Umur : 22 th
Jenis Kelamin : Pr
Pekerjaan : Mahasiswa

II. Pilihlah jawaban dengan memberi tanda *checklist* (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut saudara. Adapun makna tanda tersebut adalah sebagai berikut:

Pertanyaan	Skor
Sangat Puas (SP)	5
Puas (P)	4
Kurang Puas (KP)	3
Tidak Puas (TP)	2
Sangat Tidak Puas (STP)	1

III. Variabel – Variabel Penelitian

1. Sarana Fisik

No	Atribut	Kinerja					Kepentingan				
		SP	P	KP	TP	STP	SP	P	KP	TP	STP
1.	Gedung stasiun kereta api bersih dan rapi		✓						✓		
2.	Fasilitas ruang tunggu			✓				✓			
3.	Tampilan loket pembayaran pada PT. KAI			✓					✓		
4.	Penampilan karyawan PT. KAI menarik			✓				✓			
5.	Peralatan yang digunakan mendukung pelayanan			✓					✓		
6.	Fasilitas ruang tunggu yang diberikan saat terjadi antrian			✓				✓			
7.	Fasilitas pelengkapan yang tersedia			✓					✓		
8.	Lokasi parkir			✓				✓			

2. Kehandalan

No	Atribut	Kinerja					Kepentingan				
		SP	P	KP	TP	STP	SP	P	KP	TP	STP
1.	Karyawan memberikan pelayanan secara maksimal kepada konsumen saat transaksi pembelian tiket		✓						✓		
2.	Karyawan mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen			✓					✓		
3.	Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan		✓						✓		
4.	Karyawan mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi konsumen			✓					✓		
5.	Pelayanan karyawan saat terjadi antrian			✓					✓		

3. Daya Tanggap

No	Atribut	Kinerja					Kepentingan				
		SP	P	KP	TP	STP	SP	P	KP	TP	STP
1.	Karyawan selalu bersedia membantu menyelesaikan kesulitan konsumen	✓							✓		
2.	Karyawan tanggap melayani konsumen dengan cepat		✓					✓			
3.	Karyawan memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti			✓				✓			
4.	Karyawan yang menerima pertanyaan dan keluhan dapat langsung menjawab dan mampu menyelesaikan keluhan/masalah			✓				✓			

4. Jaminan

No	Atribut	Kinerja					Kepentingan				
		SP	P	KP	TP	STP	SP	P	KP	TP	STP
1.	karyawan terampil dalam menangani konsumen saat bertransaksi dalam pembelian tiket		✓						✓		
2.	Karyawan membuat konsumen merasa aman dan percaya selama bertransaksi			✓				✓			
3.	Karyawan selalu bersikap sopan pada setiap konsumen			✓				✓			
4.	Karyawan memberikan informasi secara jelas dan mudah dipahami		✓					✓			
5.	Karyawan menanggapi protes konsumen		✓					✓			
6.	Keamanan selama dalam pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan yang diberikan		✓					✓			

5. Empati

No	Atribut	Kinerja					Kepentingan				
		SP	P	KP	TP	STP	SP	P	KP	TP	STP
1.	Karyawan dapat menciptakan komunikasi yang baik kepada konsumen			✓					✓		
2.	Karyawan memberikan perhatian baik secara personal atau individu		✓					✓			
3.	Karyawan dapat merespon dengan baik apa yang menjadi keluhan konsumen			✓				✓			

4.	Karyawan selalu mengutamakan kepentingan konsumen			✓				✓		
5.	Karyawan memberikan empati atau perhatian terhadap konsumen tua			✓				✓		
6.	Karyawan memberikan empati atau perhatian terhadap konsumen wanita			✓				✓		

TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASI SAUDARA DALAM MEMBANTU



LAMPIRAN 2

Tabel Nilai Kritis R Pearson ($p = 0,05$)

N	DB	R	N	DB	R	N	DB	R
3	1	0,997	36	34	0,329	69	67	0,237
4	2	0,950	37	35	0,325	70	68	0,235
5	3	0,878	38	36	0,320	71	69	0,234
6	4	0,811	39	37	0,316	72	70	0,232
7	5	0,754	40	38	0,312	73	71	0,230
8	6	0,707	41	39	0,308	74	72	0,229
9	7	0,666	42	40	0,304	75	73	0,227
10	8	0,632	43	41	0,301	76	74	0,226
11	9	0,602	44	42	0,297	77	75	0,224
12	10	0,576	45	43	0,294	78	76	0,223
13	11	0,553	46	44	0,291	79	77	0,221
14	12	0,532	47	45	0,288	80	78	0,220
15	13	0,514	48	46	0,285	81	79	0,219
16	14	0,497	49	47	0,282	82	80	0,217
17	15	0,482	50	48	0,279	83	81	0,216
18	16	0,468	51	49	0,276	84	82	0,215
19	17	0,456	52	50	0,273	85	83	0,213
20	18	0,444	53	51	0,271	86	84	0,212
21	19	0,433	54	52	0,268	87	85	0,211
22	20	0,423	55	53	0,266	88	86	0,210
23	21	0,413	56	54	0,263	89	87	0,208
24	22	0,404	57	55	0,261	90	88	0,207
25	23	0,396	58	56	0,259	91	89	0,206
26	24	0,388	59	57	0,256	92	90	0,205
27	25	0,381	60	58	0,254	93	91	0,204
28	26	0,374	61	59	0,252	94	92	0,203
29	27	0,367	62	60	0,250	95	93	0,202
30	28	0,361	63	61	0,248	96	94	0,201
31	29	0,355	64	62	0,246	97	95	0,200
32	30	0,349	65	63	0,244	98	96	0,199
33	31	0,344	66	64	0,242	99	97	0,198
34	32	0,339	67	65	0,240	100	98	0,197
35	33	0,334	68	66	0,239	101	99	0,196