

**ANALISIS PENGARUH METODE *SERVICE QUALITY (SERVQUAL)* DAN  
*IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)* DALAM PENGARUH PEMILIHAN  
*SUPPLIER* TERHADAP KEPUASAN PEGAWAI HOTEL  
(STUDI KASUS HOTEL BERBINTANG DI KOTA YOGYAKARTA)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1  
Pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri**



Nama : Muhammad Raidy Prasetiawan

No. Mahasiswa : 15 522 027

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2020**

## PERNYATAAN KEASLIAN

### PERNYATAAN KEASLIAN

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

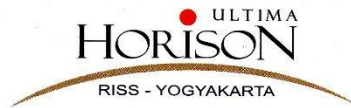
Yogyakarta, 15 Agustus 2020



Muhammad Raidy Prasetiawan

NIM. 15 522 027

## SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN



### SURAT KETERANGAN

Nomor: 01/SK/VII/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Prapti Handayani  
Jabatan : *Human Resource Manager*

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Muhammad Raidy Prasetiawan  
Nomor Induk : 15522027  
Fakultas : Teknologi Industri  
Jurusan : Teknik Industri  
Sekolah/Univ. : Universitas Islam Indonesia

Telah selesai melakukan penelitian Tugas Akhir di Hotel Horison Ultima Riss Yogyakarta, terhitung mulai tanggal 17 Maret s/d 1 April 2020 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Skripsi/Tesis/Disertasi/ Penelitian yang berjudul: **"ANALISIS PENGARUH METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL) DAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DALAM PENGARUH PEMILIHAN SUPPLIER TERHADAP KEPUASAN PEGAWAI HOTEL"**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

Yogyakarta, 1 Juli 2020

*Human Resource Manager*

  
 ULTIMA  
 HORISON  
 RISS - YOGYAKARTA  
 Prapti Handayani

h

## PENGESAHAN PEMBIMBING

### **ANALISIS PENGARUH METODE *SERVICE QUALITY (SERVQUAL)* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)* DALAM PENGARUH PEMILIHAN SUPPLIER TERHADAP KEPUASAN PEGAWAI HOTEL**

**(Studi Kasus: HOTEL BERBINTANG DI KOTA YOGYAKARTA)**

#### TUGAS AKHIR



Disusun Oleh :

Nama : Muhammad Raidy Prasetiawan  
No. Mahasiswa : 15 522 027  
Fak/Jurusan : FTI/Teknik Industri

**Yogyakarta, 23 Agustus 2020**

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing

**Ir. Hudaya, MM**

# LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

**ANALISIS PENGARUH METODE *SERVICE QUALITY* (*SERVQUAL*) DAN *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (*CSI*) DALAM PENGARUH PEMILIHAN *SUPPLIER* TERHADAP KEPUASAN PEGAWAI HOTEL**

**(Studi Kasus: HOTEL BERBINTANG DI KOTA YOGYAKARTA)**

**TUGAS AKHIR**

Disusun Oleh :

**Muhammad Raidy Prasetiawan**

**NIM. 15 522 027**

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri Yogyakarta, Agustus 2020

Tim Penguji

Ir. Hudaya, MM

Ketua

Atyanti Dyah Prabaswari, S.T., M.Sc.

Penguji 1

Suci Miranda, S.T., M.Sc.

Penguji 2

Mengetahui,

Ketua Prodi Teknik Industri

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia



**Immawan, S.T., M.M.**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirobbil'amin*

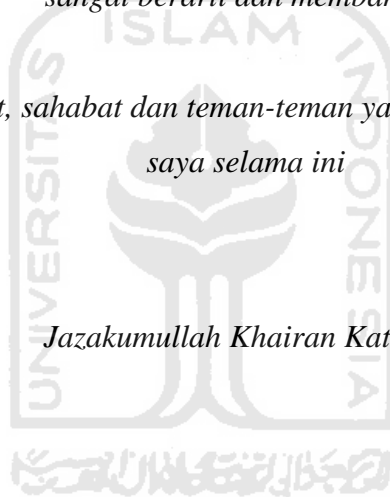
*Terima kasih kepada Orang Tua saya yang tercinta  
(Wahyu Sudarmawan dan Endah Prasentiongtias)*

*Terima kasih atas segala dukungan dan doa yang telah diberikan*

*Terima kasih kepada keluarga besar saya yang telah memberikan dukungan dan motivasi yang  
sangat berarti dan membangun*

*Terima kasih kepada kerabat, sahabat dan teman-teman yang selalu membantu dan mendukung  
saya selama ini*

*Jazakumullah Khairan Katsira.*



## HALAMAN MOTTO

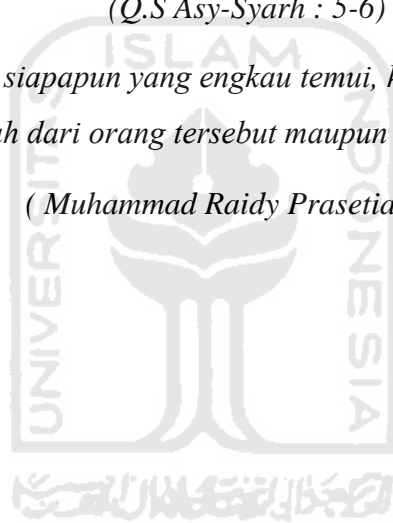
*“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”. (QS. Al-Insyirah, 5-8)*

*“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”*

*(Q.S Asy-Syarh : 5-6)*

*”Berbuat baik lah terhadap siapapun yang engkau temui, kelak kebaikan akan datang kembali kepadamu, entah dari orang tersebut maupun dari orang lain kelak.”*

*( Muhammad Raidy Prasetiawan )*



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

*Alhamdulillahirabbil'alamin*, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat, ridho dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Rasulullah SAW beserta keluarga dan sahabat, yang kita nantikan syafa'atnya di hari akhir nanti.

Selama proses penyusunan tugas akhir ini begitu banyak bimbingan, dukungan serta bantuan senantiasa datang secara moril maupun materiil baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, MT. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Muhammad Ridwan Andi Purnomo, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Taufiq Immawan, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia
4. Bapak Ir. Hudaya., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu serta kesabaran beliau selama membimbing.
5. Kedua orang tua serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan dukungan dan doa yang tiada hentinya sehingga penyelesaian tugas akhir ini dapat terlaksana dengan lancar.
6. Sahabat-sahabat saya yang telah membantu dan mendukung penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Seluruh kerabat, teman-teman Teknik Industri angkatan 2015 dan pihak lain yang telah mendukung penulis dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Maka dari itu dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan penyusunan tugas akhir selanjutnya. Semoga laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh*

Yogyakarta, 17 Agustus 2020

Muhammad Raidy Prasetiawan



## ABSTRAK

*Industri Pariwisata terutama di bidang Perhotelan di kota Yogyakarta dewasa ini berkembang dengan pesat. Fungsi hotel bukan saja sebagai tempat menginap untuk tujuan wisata namun juga untuk tujuan lain seperti menjalankan kegiatan bisnis, seminar, dan bahkan sekedar untuk mendapatkan ketenangan. Salah satu kegiatan bisnis yang terjadi adalah kegiatan pasok barang kebutuhan hotel. Namun tidak semua hotel mendapatkan kualitas pelayanan pasok yang baik, banyak kendala-kendala yang dirasakan baik langsung kepada pelanggan maupun pegawai di hotel tersebut. Kendala-kendala didapatkan dengan melakukan uji kuesioner kepada para pegawai di industri perhotelan di kota Yogyakarta. Kendala terbesar yang harus dihadapi adalah bagaimana cara pihak hotel dalam merespon dan melakukan tindakan yang harus dilakukan dalam menghadapi ketatnya persaingan terhadap usaha-usaha sejenis, karena keberhasilan sebuah jasa sangat ditentukan oleh kemampuan meningkatnya pertumbuhan pelanggan.*

*Analisis dilakukan dengan menggunakan Metode Servqual (Service Quality) pada dimensi layanan. Dimensi layanan tersebut meliputi Tangibles (Bukti Langsung), Reliability (Kehandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan), dan Empathy (Empati). Hasil yang didapat adalah diketahuinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak supplier untuk dimensi Tangible, Responsiveness, dan Assurance belum memenuhi harapan pelanggan karena nilai kualitas ( $Q$ ) yang dihitung  $\leq 1$ . Didapat nilai kualitas pelayanan pada dimensi Tangible sebesar 0,94, dimensi Responsiveness diperoleh nilai kualitas pelayanan sebesar 0,99, dan dimensi Assurance nilai kualitas pelayanan sebesar 0,98. Pada hasil analisa diagram kartesius yang menjadi prioritas utama dan harus ditingkatkan pada kuadran I. Serta menganalisis mengenai faktor atau aspek apa yang berpengaruh dan menganalisis tingkat kepentingan dan performansi kinerja kualitas layanan supplier menurut hotel tersebut menggunakan Importance Performance Analysis.*

**Kata Kunci:** Hotel, Importance Performance Analysis, Kualitas Layanan Supplier, Service Quality.

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN.....	iii
PENGESAHAN PEMBIMBING .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Batasan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian .....	5
1.5. Manfaat Penelitian .....	6
1.6. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI.....	9
2.1. Kajian Deduktif.....	9
2.1.1 Pengertian Jasa.....	9
2.1.2 Karakteristik Jasa.....	10
2.1.3 Pengendalian Kualitas.....	11
2.1.4 Penilaian <i>Supplier</i> .....	13
2.1.5 Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.6 <i>Service Quality</i> .....	15
2.1.7 Importance Performance Analysis .....	16
2.1.8 Hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen .....	19
2.2. Metode Pengukuran Kepuasan pelanggan .....	20

2.2.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	21
2.3.	Kajian Induktif .....	21
BAB III	.....	28
METODOLOGI PENELITIAN	.....	28
3.1	Fokus dan Lokasi Penelitian .....	28
3.2	Pengumpulan Data .....	28
3.3	Kebutuhan Data.....	29
3.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	30
3.5.1	Populasi.....	30
3.5.2	Sampel .....	30
3.5.3	Teknik Penarikan Sampel .....	31
3.5.4	Uji Kecukupan Data.....	32
3.5.5	Skala Pengukuran Variabel.....	33
3.5	Teknik Pengolahan Data .....	33
3.6	Metode Analisis Data.....	34
3.8.1.	Metode Analisis Kuantitatif.....	34
3.7	Uji Validitas Data.....	34
3.8	Alur Penelitian .....	35
3.9	Instrumen Pengumpulan Data.....	36
3.10	Validitas .....	37
3.11	Reliabilitas.....	37
BAB IV	.....	38
PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	.....	38
4.3.1	Pengumpulan Data.....	38
4.1.1.	Objek Penelitian.....	38
4.3.2	Pengolahan Data .....	39
4.2.1.	Uji Kecukupan Data.....	39
4.2.2.	Desain Kuesioner .....	41
4.2.3.	Penyebaran Kuesioner .....	41
4.2.4.	Uji Validitas .....	41
4.2.5.	Uji Reliabilitas .....	43
4.3.3	Hasil Analisis Data Responden .....	44
4.3.1	Hasil Perhitungan <i>Servqual</i> .....	44
4.3.2	Hasil Perhitungan IPA Matriks .....	49

BAB V .....	53
PEMBAHASAN .....	53
5.1. Analisis Tingkat Kualitas Layanan .....	53
5.2. Analisis Servqual Tiap Dimensi.....	56
5.3. Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> .....	58
5.4. Kekurangan Penelitian .....	60
BAB VI.....	61
KESIMPULAN DAN SARAN .....	61
6.1 Kesimpulan .....	61
6.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA .....	63
LAMPIRAN.....	66



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3. 1 Konstruksi Dimensi Servqual .....	36
Tabel 4. 1 Daftar Subjek Penelitian .....	38
Tabel 4. 2 Hasil Uji Ketercukupan Data .....	40
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas .....	44
Tabel 4. 5 Persepsi Kualitas Menurut Subjek Penelitian .....	45
Tabel 4. 6 Penilaian Kualitas Menurut Subjek Penelitian.....	47
Tabel 4. 7 Gap Antara Persepsi dan Penilaian Kualitas <i>Supplier</i> .....	48
Tabel 4. 8 Skor Importance-Performance Kualitas Pelayanan Suplier Hotel .....	49
Tabel 5. 1 Tabel Perbandingan dan Gap Persepsi Kualitas Terhadap Kualitas Yang Diterima .....	54



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Diagram Kartesius Importance Performance Analysis.....	18
Gambar 3. 1 Alur Penelitian .....	35
Gambar 4. 1 Peta Importance – Performance Aspek Kualitas Pelayanan Supplier Hotel.....	50
Gambar 4. 2 IPA Matriks.....	51
Gambar 4. 3 Peta Importance Performance Aspek Kualitas Hotel.....	52
Gambar 5. 1 Sebaran Persepsi dan Penilaian Pihak Hotel.....	59



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Hotel memegang peranan penting dalam industri pariwisata karena menyediakan fasilitas dan pelayanan penginapan, makanan, dan minuman serta jasa-jasa lainnya untuk umum yang tinggal sementara waktu dan dikelola secara komersial (Sihite, 2000). Sejalan dengan perkembangan jaman, usaha perhotelan tidak hanya sekedar menyediakan fasilitas penginapan, makanan, dan minuman saja, tetapi sudah berkembang ke pemenuhan kebutuhan lainnya seperti terapi, hiburan, olahraga, dan rekreasi. Perkembangan hotel ini dipengaruhi oleh pesatnya perkembangan wisata di suatu daerah. Predikat Yogyakarta sebagai kota pariwisata menjadi magnet yang sangat besar untuk menarik pengunjung dari seluruh nusantara sehingga dapat dijadikan sebagai publik sasaran untuk menjadi konsumen. Pelaksanaan pembangunan pariwisata dilakukan dengan membangun tempat-tempat penginapan sebagai penunjang dalam menghadapi berkembangnya industri pariwisata seperti villa, bungalow, losmen, dan juga hotel baik berbintang maupun non – bintang.

Menurut data yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik ( BPS ) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2019 disebutkan bahwa jumlah pelanggan yang menginap di hotel berbintang di Daerah Istimewa Yogyakarta berkisar sejumlah 9.010.000 pelanggan di sepanjang tahun 2019 dengan 5.240.000 pelanggan diantaranya menginap di hotel berbintang dan 3.770.000 pelanggan lainnya menginap di hotel non – bintang. Rata – rata tingkat penghunian kamar hotel juga berada pada angka 58,91 % untuk hotel bintang dan 35,61 % untuk hotel non – bintang di sepanjang tahun 2019. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat banyaknya jumlah wisatawan yang mengunjungi kota Yogyakarta dalam setahun, dengan banyaknya jumlah wisatawan tersebut maka dapat menjadikan persaingan antar hotel menjadi semakin ketat dalam

menarik pelanggan, yang akan berdampak pula pada peningkatan kualitas hotel tersebut, baik dari pelayanan pegawai hingga peningkatan kualitas barang yang dimiliki hotel tersebut.

Semakin ketatnya persaingan pada sektor jasa mengakibatkan dampak negatif bagi penyedia jasa. Salah satu sumber dan penelitian terdahulu disebutkan bahwa, identifikasi lima kekuatan ( *five forces model* ) yang mana salah satu dari lima kekuatan itu adalah Ancaman rivalitas segmen yang intens dan penting (Kotler & Keller, 2009). Sebuah segmen dianggap tidak menarik jika sudah berisi banyak pesaing yang kuat dan agresif. Kondisi ini dapat menimbulkan adanya perang harga, perang iklan, dan juga mendorong hadirnya peluncuran produk baru, hal ini menjadikan segmen tersebut menjadi “mahal”. Hal tersebut yang terjadi pada industri jasa pasok hotel di kota-kota besar di Indonesia khususnya dalam hal ini di Kota Yogyakarta. Seperti yang disebutkan oleh salah seorang narasumber yang dalam hal ini adalah *Manager Akuntansi* dari Hotel Horison Ultima Riss Yogyakarta sebagai salah satu narasumber wawancara dan kuesioner, dikatakan bahwa terdapat setidaknya 1 atau 2 *supplier* terutama dari jenis *supplier* makanan yang terkadang terdapat kendala, meskipun dengan tingkat kendala yang tidak begitu besar dan dalam waktu yang tidak terlalu sering terjadi, seperti kualitas barang yang kurang baik, maupun kendala transportasi pengiriman barang tersebut.

Suatu perusahaan akan mencari *supplier* yang mutu dan efisiensinya dapat dipertahankan, karena perkembangan dalam “*supplier*” dapat memberikan pengaruh yang sangat penting terhadap pelaksanaan pemasaran suatu perusahaan. Pada hakekatnya, pemilihan *supplier* dalam rangka rantai *supply* tidak jauh berbeda dengan memilih kebutuhan perusahaan untuk dibeli. Perbedaan yang utama adalah *supplier* mempunyai kedudukan yang jauh lebih penting. Oleh karena itu penelitian dan pertimbangan harus lebih lengkap dan menyeluruh, meskipun tahapan penentuan *supplier* dapat dilakukan dengan beberapa tahapan. Dimana perusahaan meninjau, mengevaluasi, dan memilih *supplier*nya untuk menjadi bagian dari rantai *supply* perusahaan.

Seleksi kriteria *supplier* merupakan usaha perusahaan dalam lingkup kerjasama antara perusahaan pembeli dan *supplier* dengan cara meninjau, mengevaluasi, dan memilih *supplier* untuk menjadi bagian penting dari rantai *supply*. Pemilihan *supplier* biasanya mempertimbangkan biasanya kualitas dari produk, pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman adalah hal yang penting, meskipun ada beberapa faktor lain yang harus dipertimbangkan. Faktor utama yang dipertimbangkan oleh suatu perusahaan ketika memilih *supplier* adalah : (Stevenson, 2002)



### 1. Harga

Faktor ini biasanya merupakan faktor utama, apakah terdapat penawaran diskon, meskipun hal itu kadangkala tidak menjadi hal yang paling penting.

### 2. Kualitas

Suatu perusahaan mungkin akan membelanjakan lebih besar biayanya untuk mendapatkan kualitas barang yang baik.

### 3. Pelayanan

Pelayanan yang khusus kadang kala dapat menjadi hal yang penting dalam pemilihan supplier. Penggantian atas barang yang rusak, petunjuk cara penggunaan, perbaikan peralatan dan pelayanan yang sejenis, dapat menjadi kunci dalam pemilihan satu supplier daripada yang lain.

### 4. Lokasi

Lokasi supplier dapat mempunyai pengaruh pada waktu pengiriman, biaya transportasi, dan waktu respon saat ada order/pesanan yang mendadak atau pelayanan yang bersifat darurat. Pembelian pada daerah setempat/lokal dapat menumbuhkan goodwill (pengaruh baik) dalam suatu hubungan serta dapat membantu perekonomian daerah sekitar.

### 5. Kebijakan persediaan supplier

Jika supplier dapat memelihara kebijakan persediaannya dan menjaga spare part yang dimilikinya, hal ini dapat membantu dalam kasus kebutuhan bahan baku yang mendadak.

### 6. Fleksibilitas

Niat yang baik dan kemampuan supplier dalam merespon perubahan permintaan dan memenuhi perubahan desain pesanan dapat menjadi faktor yang penting dalam pemilihan supplier.

Untuk menunjang keadaan ini, setiap perusahaan *supply* harus melakukan perubahan sesuai dengan keadaan dunia bisnis yang ada dan selalu menyesuaikan dengan kondisi saat ini. Masalah yang timbul tersebut perlu diamati melalui tingkat kepuasan pelanggan, dan salah satu cara yang

dilakukan adalah dengan menerapkan metodologi *Service Quality (ServQual)*. Tentunya untuk mengetahui suatu kualitas layanan hendaknya diukur dengan metode dan sistem yang sesuai dengan standar baku pelayanan publik, dan dalam pembahasan ini disebut dengan metode “*Servqual*”. Sebagaimana era pendekatan legalistik yang menghambat sektor pelayanan publik akan segera berakhir dan digantikan oleh era baru yang disebut “*Servqual*” (Hughes, 1994)

Menurut Parasuraman *et al.* (1998), kualitas layanan (*Service Quality*) memiliki lima dimensi yang mewakili kualitas layanan yang terdiri dari *tangible, empathy, reliability, responsiveness*, dan *assurance* guna menilai kepuasan pelanggan pasok. *Servqual* menurut (Zeithaml, *et al.*, 1990) dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau dapatkan. Kelebihan metode *Servqual* menurut (Harto, 2015) ini terletak pada kemampuannya untuk menangkap subjektivitas yang terjadi pada pengumpulan data yang diambil melalui kuesioner, dan kemampuannya untuk dapat mengetahui variabel-variabel yang harus diperhatikan untuk selalu ditingkatkan berdasarkan nilai potensial kepuasan pelanggan, sehingga perusahaan dapat mengetahui fasilitas apa saja yang dianggap penting dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terhadap pelayanan.

Setelah didapatkan hasil dari metode *Servqual* yaitu kesenjangan, dilanjutkan dengan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* guna mengetahui kinerja kualitas pelayanan *supplier* berdasarkan tingkat aspek kepentingan yang diinginkan dan penilaian kinerja lapangan. Selain itu *Importance Performance Analysis (IPA)* juga berfungsi untuk memperjelas apa saja atribut yang bisa dijadikan prioritas untuk ditingkatkan terkait dengan kualitas pelayanan (Zankie, 2018). Selain itu *Importance Performance Analysis (IPA)* dapat 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. Dalam upaya peningkatan kualitas sistem pasok, terdapat faktor-faktor yang perlu diidentifikasi antara lain pendapatan pelanggan, yang dalam hal ini pegawai hotel, terhadap kinerja kualitas layanan *supplier* yang ada.

Berdasarkan hal yang telah diuraikan diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “ Analisis Pengaruh Metode *Service Quality (ServQual)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* Dalam Pengaruh Pemilihan *Supplier* Terhadap Kepuasan Pegawai Hotel (Studi Kasus Hotel di Kota Yogyakarta) “.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka yang ingin penulis pecahkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh persepsi kualitas pelayanan *supplier* berdasarkan *service quality* atas indikator *reliability, responsiveness, assurance, empathy* ?
2. Bagaimana pengaruh *service quality (reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible)* terhadap kepuasan pelayanan *supplier* hotel?
3. Faktor apa saja yang berpengaruh terhadap kepentingan kualitas pelayanan *supplier* hotel?

## 1.3. Batasan Masalah

1. Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelayanan *supplier* hotel di kawasan Kota Yogyakarta.
2. Penelitian ini menganalisis tentang pengaruh kualitas pelayanan *supplier* terhadap kepuasan pihak hotel yang menjadi pelanggannya.
3. Pengambilan data dilakukan dengan metode kuisisioner kepada manager hotel sebagai pelanggan pasok dari *supplier*.
4. Penelitian ini hanya dilakukan di hotel berbintang tiga sampai dengan lima yang berada di kawasan Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.
5. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 17 maret 2020 sampai dengan 30 maret 2020.
6. Penelitian ini menggunakan metode *Service Quality (ServQual)* sebagai penilaian kinerja kualitas layanan *supplier* yang sudah ada saat ini terhadap produk yang diteliti.
7. Penelitian ini menggunakan metode analisis *Importance Performance Analysis (IPA)* dalam menilai tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan aspek kepentingan dan kualitas kinerja pelayanan *supplier*.

## 1.4. Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini memiliki tujuan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis persepsi *manager* hotel terhadap kualitas pelayanan *supplier* menggunakan metode *Service Quality (reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible)*.
2. Untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan *supplier* hotel menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA) matrix*.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak- pihak sebagai berikut:

1. Bagi Penulis,  
Dapat meningkatkan ilmu pengetahuan mengenai proses bisnis yang ada di industri perhotelan dan pengaplikasian teori yang diambil pada saat kuliah.
2. Bagi Perusahaan  
Dapat dijadikan sebagai tolak ukur dan dasar penilaian kualitas pelayanan pasok yang terdapat pada hotel apakah sudah sesuai atau masih perlu diadakan perbaikan. Selain itu juga dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan *manajer* dalam mengembangkan perusahaan. Hal tersebut dilakukan dengan menentukan faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pasok, sehingga dapat dilakukan perbandingan penilaian kualitas kinerja pelayanan *supplier* terhadap harapan pegawai hotel selaku pelanggan pasok tersebut. Perbaikan dilakukan dengan cara meningkatkan atau mempertahankan faktor pendukung kualitas yang ada pada hotel tersebut agar mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang diinginkan.
3. Bagi Pembaca  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sebuah referensi untuk penelitian selanjutnya dan menjadi sebuah wawasan baru bagi pembaca.

### **1.6. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dibuat untuk membantu memberikan gambaran umum tentang penelitian yang akan dilakukan terhadap Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Pengaruh Metode *Service Quality (ServQual)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* Dalam Pengaruh Pemilihan

Supplier Terhadap Kepuasan Pegawai Hotel (Studi Kasus Hotel di Kota Yogyakarta)” Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

## BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menguraikan secara singkat mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian batasan masalah dan sistematika penulisan.

## BAB II KAJIAN LITERATUR

Dalam bab ini membahas tentang teori-teori yang digunakan sebagai dasar dari penelitian berupa kajian deduktif dan kajian induktif.

## BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas mengenai proses penelitian yang dilakukan, dalam metode ini terdiri dari penentuan objek penelitian, identifikasi masalah, pengumpulan data dan tahap pengolahan data yang dilakukan.

## BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Dalam bab ini membahas mengenai data yang diambil beserta penjelasannya serta data analisis *Service Quality (ServQual)* dan analisis aspek kepentingan dan kinerja *Importance Performance Analysis (IPA)*.

## BAB V PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas mengenai pembahasan yang berawal dari latar belakang dan rumusan masalah yang ada pada bab pendahuluan serta membahas mengenai hasil yang didapat dari penelitian.

## BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini membahas mengenai kesimpulan dari penelitian dan saran yang baik untuk perusahaan serta penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka memuat semua sumber kepustakaan yang digunakan dalam penelitian, baik berupa buku, majalah, maupun sumber-sumber kepustakaan lainnya.

## LAMPIRAN

Memuat keterangan, tabel, gambar, dan hal-hal lain yang perlu dilampirkan untuk memperjelas uraian dalam laporan.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Kajian Deduktif**

##### **2.1.1 Pengertian Jasa**

Menurut Kotler & Amstrong (2012), jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Jasa pada dasarnya tidak merupakan aktivitas-aktivitas yang tidak nyata yang memberikan keinginan, kepuasan yang tidak perlu melekat pada penjualan dari pada produk atau jasa lainnya. Sementara Menurut Rangkuti (2003), Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut.

Dari berbagai definisi diatas, dapat dilihat bahwa pada dasarnya jasa selalu menghasilkan interaksi konsumen dan penawar jasa yang tanpa bisa disadari. Jasa bukan merupakan barang melainkan jasa adalah suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud dan membutuhkan partisipasi konsumen dalam proses pembuatan, penyampaian, dan pengkonsumsian jasa, dan dari jasa yang diperoleh tidak dapat menghasilkan kepemilikan apapun.

Jasa pelayanan nasabah bank dalam penelitian ini juga memiliki karakteristik tidak berwujud. Seperti halnya nasabah datang ke Bank untuk melakukan konsultasi menemui teller atau karyawan Bank, maka akan diberikan pelayanan jasa terhadap nasabah dan itu tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Jasa pelayanan pasok (*supply*) barang hotel dalam penelitian ini juga memiliki karakteristik tidak berwujud. Seperti halnya *sales* dari suatu *supplier* datang ke pihak hotel untuk menawarkan suatu produk atau memperkenalkan suatu produk baru dengan menemui individu atau perwakilan bagian *purchasing*, maka akan diberikan pelayanan jasa terhadap perusahaan *supplier* produk tersebut dan itu tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

### 2.1.2 Karakteristik Jasa

Berdasarkan pemaparan definisi diatas menurut (Yamit, 2001) karakteristik jasa pelayanan adalah:

1. Tidak dapat diraba (*intangibility*).

Jasa adalah sesuatu yang sering kali tidak dapat disentuh atau tidak dapat diraba. Jasa mungkin berhubungan dengan sesuatu secara fisik, seperti pesawat udara, kursi dan meja dan peralatan makan restoran, tempat tidur pasien dirumah sakit. Bagaimanapun juga pada kenyataannya konsumen membeli dan memerlukan sesuatu yang tidak dapat diraba. Hal ini banyak terdapat pada biro perjalanan atau biro travel dan tidak terdapat pada pesawat terbang maupun kursi, meja dan peralatan makan, bukan terletak pada tempat tidur dirumah sakit, tetapi lebih pada nilai. Oleh karena itu, jasa atau pelayanan yang terbaik menjadi penyebab khusus yang secara alami disediakan.

2. Tidak dapat disimpan (*inability to inventory*)

Salah satu ciri khusus dari jasa adalah tidak dapat disimpan. Misalnya, ketika menginginkan jasa tukang potong rambut, maka apabila pemotongan rambut telah dilakukan tidak dapat sebagaimana disimpan untuk besok. Ketika kita menginap di hotel tidak dapat dilakukan untuk setengah malam dan setengahnya lagi dilanjutkan besok, jika hal ini dilakukan konsumen tetap dihitung menginap dua hari.

3. Memasukinya lebih mudah.

Mendirikan usaha dibidang jasa membutuhkan investasi yang lebih sedikit, mencari lokasi lebih mudah dan banyak tersedia, tidak membutuhkan teknologi tinggi. Untuk kebanyakan usaha jasa hambatan untuk memasukinya lebih rendah.



4. Sangat dipengaruhi oleh faktor luar.

Jasa sangat dipengaruhi oleh faktor dari luar seperti, teknologi, peraturan pemerintah dan kenaikan harga energi. Sektor jasa keuangan merupakan contoh yang paling banyak dipengaruhi oleh peraturan dan perundang-undangan pemerintah, dan teknologi komputer dengan kasus *millenium bug* pada abad dua satu.

### 2.1.3 Pengendalian Kualitas

Pengendalian kualitas adalah merupakan suatu aktivitas (manajemen perusahaan) untuk menjaga dan mengarahkan agar kualitas produk (dan jasa) perusahaan dapat dipertahankan sebagaimana yang telah direncanakan (Elmas, 2017). Pengendalian kualitas memiliki beberapa faktor yang dipengaruhi yang dilakukan oleh perusahaan, meliputi:

1. Kemampuan prose. Batas-batas yang ingin dicapai haruslah disesuaikan dengan kemampuan proses yang ada. Tidak ada gunanya mengendalikan suatu proses dalam batas-batas yang melebihi kemampuan atau kesanggupan proses yang ada.
2. Spesifikasi yang berlaku, hasil produksi yang ingin dicapai harus dapat berlaku, bila ditinjau dari segi kemampuan proses dan keinginan atau kebutuhan konsumen yang ingin dicapai dari hasil produksi tersebut. Dapat dipastikan dahulu apakah spesifikasi tersebut dapat berlaku sebelum pengendalian kualitas pada proses dapat dimulai.
3. Tingkat ketidaksesuaian yang dapat diterima. Tujuan dilakukan pengendalian suatu proses adalah dapat mengurangi produk yang berada di bawah standar seminimal mungkin. Tingkat pengendalian yang diberlakukan tergantung pada banyaknya produk yang berada dibawah standar.
4. Biaya kualitas, sangat mempengaruhi tingkat pengendalian dalam menghasilkan produk dimana biaya mempunyai hubungan yang positif dengan terciptanya produk yang berkualitas.

Tujuan pengendalian kualitas adalah terdapatnya peningkatan kepuasan konsumen, proses produksi dapat dilaksanakan dengan biaya serendah-rendahnya serta selesai sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan.

Menurut (Yamit, 2001) Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada

standar kinerja pelayanan baik standar pelayanan internal maupun standar pelayanan eksternal. Beberapa pengertian yang terkait dengan definisi kualitas jasa pelayanan:

1. *Excellent* adalah standar kinerja pelayanan yang diperoleh.
2. *Customer* adalah perorangan, kelompok, departemen atau perusahaan yang menerima, membayar output pelayanan.
3. *Service* adalah kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual.
4. *Quality* adalah sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat diraba dari sifat yang dimiliki produk atau jasa.
5. *Levels* suatu pernyataan atas sistem yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi.
6. *Consistent* adalah tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjuang sesuai standar yang telah ditetapkan.
7. *Delivery* adalah memberikan pelayanan yang benar dengan cara yang benar dan dalam waktu yang tepat.

Dengan demikian pengertian kepuasan pelanggan menunjuk kepada kinerja suatu produk atau jasa yang sekurang-kurangnya harus sama dengan harapan pelanggan. Seperti yang dikatakan (Parasuraman, 2014) mengungkapkan kualitas pelayanan sebagai suatu bentuk penilaian terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan 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 sebaliknya (*Perceived* lebih besar dari pada *Expected*) ada kemungkinan para pelanggan menggunakan penyedia jasa itu lagi. Jika dilihat dari pendapatnya (Garvin, 2005) terdapat lima perspektif terhadap kualitas produk antara lain:

1. *Transcendental Approach*

Dalam pendekatan ini, kualitas dipandang sebagai *innate excellence*. Dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan. Sudut pandang ini banyak digunakan melalui pernyataan atau pesan-pesan seperti kehalusan dan kelembutan kulit untuk produk sabun mandi, *prestise* dan nyaman untuk produk mobil. Suasana kerja yang santai dan menyenangkan untuk supermarket dan sebagainya.

2. *Product Based Approach*

Pendekatan kualitas ini merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan atau dapat diukur. Misalnya, pernyataan sikap konsumen berdasarkan skala likert yakni sangat setuju, setuju, ragu–ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

### 3. *User Based Approach*

Pendekatan ini beranggapan bahwa tinggi rendah kualitas tergantung pada perspektif si pemakai. Keputusan yang dirasakan pembeli itulah yang tinggi.

### 4. *Manufacturing Based Approach*

Pendekatan ini mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau sama dengan persyaratan (*Conformance to Requirement*).

### 5. *Value Based Approach*

Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Perbedaan kinerja dan harga semakin memuaskan konsumen.

Dengan demikian pembahasan–pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Tapi tidak cukup sampai disini saja karena untuk mengukur kepuasan pelanggan bisa diukur dengan *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (*empathy*) (Parasuraman et al.,2008).

## 2.1.4 Penilaian *Supplier*

Melakukan penilaian dan memilih *supplier* merupakan salah satu tugas manajemen pengadaan. Kegiatan memilih *supplier* bisa memakan waktu dan sumber daya yang tidak sedikit apabila *supplier* yang dimaksud adalah *supplier* kunci. Untuk *supplier* kunci yang berpotensi menjalin hubungan jangka panjang, proses pemilihan ini melibatkan evaluasi awal, mengundang mereka untuk berpresentasi, kunjungan lapangan dan sebagainya. Proses ini akan memakan waktu dan biaya yang cukup besar. Oleh karena itu, pemilihan *supplier* ini perlu ditangani sebaik mungkin sehingga kerugian yang ditimbulkan akibat kesalahan *supplier* dapat dihindari.

*Supplier* yang telah terpilih harus selalu dipantau performansinya melalui penilaian yang berkala. Hasil penilaian ini digunakan sebagai masukan bagi *supplier* tersebut untuk meningkatkan kualitas kinerja mereka. Setiap perusahaan mempunyai kriteria yang berbeda dalam menilai *supplier*, tergantung dengan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Banyak perusahaan yang melakukan kesalahan fatal dalam memilih *supplier*. Sebagian besar perusahaan menilai *supplier* hanya terfokus pada harga barang, kualitas barang dan ketepatan waktu pengiriman yang diberikan

tanpa melihat pengaruh ke total biaya. Seringkali pemilihan *supplier* membutuhkan berbagai kriteria lain yang dianggap penting oleh perusahaan.

### 2.1.5 Kualitas Pelayanan

Menurut Wijaya (2011), Berkata bahwa pengertian kualitas layanan sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen, sedangkan menurut Parasuraman (2014) kualitas layanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Jika kualitas layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka pelayanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.

Sementara Kualitas jasa menurut Tjiptono (2005) adalah: Pada prinsipnya berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Rangkuti (2003) mengemukakan bahwa jenis kualitas yang digunakan untuk menilai jasa adalah sebagai berikut:

1. Kualitas teknis (*outcome*), yaitu kualitas hasil kerja penyampaian jasa itu sendiri.
2. Kualitas pelayanan (proses), yaitu cara penyampaian jasa tersebut.

Menurut Yamit (2001) Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kualitas kinerja pelayanan baik standar pelayanan internal maupun standar pelayanan eksternal. Beberapa pengertian yang terkait dengan definisi kualitas jasa pelayanan:

1. *Excellent* adalah standar kinerja pelayanan yang diperoleh.
2. *Customer* adalah perorangan, kelompok, departemen atau perusahaan yang menerima, membayar output pelayanan.
3. *Service* adalah kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual.
4. *Quality* adalah sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat diraba dari sifat yang dimiliki produk atau jasa.
5. *Levels* suatu pernyataan atas sistem yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi.

6. *Consistent* adalah tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjuang sesuai standar yang telah ditetapkan.
7. *Delivery* adalah memberikan pelayanan yang benar dengan cara yang benar dan dalam waktu yang tepat.

Sedangkan pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak-pihak lain yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler & Gary, 2004). Pengukuran *Service Quality* dapat ditentukan berdasarkan lima dimensi yang dikenal sebagai model *SERVQUAL* yang dikembangkan oleh Parasuraman dalam (Parasuraman et al, 1988) antara lain:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*) yaitu berfokus pada elemen-elemen yang merepresentasikan pelayanan secara fisik yang meliputi fasilitas fisik, lokasi, perlengkapan, dan peralatan yang digunakan, serta penampilan keseluruhan perusahaan.
2. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan yang dapat dipercaya dan sesuai dengan yang telah dijanjikan dengan tepat meliputi kesesuaian kinerja dengan harapan konsumen seperti ketepatan waktu, pelayanan yang rata dan sama untuk setiap konsumen, sikap simpatik, dan akurasi yang tinggi.
3. Ketanggapan (*Responsiveness*) yaitu kebijakan atau kesediaan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, dengan memberikan informasi yang jelas.
4. Jaminan (*Assurance*) yaitu kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pada konsumen meliputi pengetahuan, sikap, dan kemampuan perusahaan untuk menimbulkan rasa percaya pada konsumen.
5. *Empathy* (*Empathy*) yaitu kesediaan memberikan perhatian yang tulus, peduli, dan yang memberikan kepada konsumen dengan upaya memahami keinginan konsumen.

Dengan demikian pembahasan–pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### **2.1.6 Service Quality**

Model kualitas jasa *SERVQUAL* (*Service Quality*) dikembangkan oleh (Parasuraman & Berry, 2014), dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa, yaitu: reparasi peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sumbangan telepon interlokal, perbankan ritel, dan pialang

sekuritas. *Servqual* ini dikembangkan dengan maksud untuk membantu para *manajer* dalam menganalisis sumber masalah kualitas dan memahami cara-cara memperbaiki kualitas jasa. Metode ini dikembangkan (Zeithaml, et al., 2014), yang mengukur kualitas secara kuantitatif dalam bentuk kuesioner yang mengandung dimensi-dimensi kualitas jasa, yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*.

Dengan metode *Servqual* dapat mengetahui apakah jasa yang ditawarkan oleh perusahaan sudah sesuai dengan harapan konsumen atau tidak yaitu dengan melihat nilai kesenjangan (*gap*) yang terjadi. Model ini menggunakan skala *Likert* dengan perhitungan rumus pada persamaan berikut (Zetihaml et al., 1990) :

$$Gap = Skor Persepsi - Skor Harapan \quad (2.1)$$

Keterangan:

- Jika *gap* bernilai positif (kepuasan > harapan), maka kualitas pelayanan sangat memuaskan.
- Jika *gap* bernilai nol (kepuasan = harapan), maka kualitas pelayanan memuaskan atau sama persis dengan harapan pelanggan.
- Jika *gap* bernilai negatif (kepuasan < harapan), maka kualitas pelayanan kurang memuaskan.

Dalam menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan dari perusahaan terhadap pelanggan. Menurut Besterfield dalam (Zankie, 2018) dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$Kualitas Layanan (Q) = \frac{Nilai Persepsi (P)}{Nilai Harapan (H)} \quad (2.2)$$

### 2.1.7 Importance Performance Analysis

Metode *Importance Performance Analisis* (IPA) pertama kali dikembangkan oleh John A. Martilla dan John C. James yang sebenarnya berawal dari konsep *Satisfaction Quality*. Pada konsep IPA ini akan di analisis tentang tingkat kepentingan dari suatu variable dimata konsumen dengan kinerja dari perusahaan tersebut. Dengan kata lain metode ini berisi bagaimana menterjemahkan apa yang diinginkan oleh konsumen diukur dalam kaitannya dengan apa yang

harus dilakukan oleh perusahaan agar menghasilkan produk yang berkualitas, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud (Supranto, 2006).

Secara konsep *Importance Performance Analysis* (IPA) 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. Selain itu, sekumpulan atribut yang melekat kepada barang atau jasa dievaluasi berdasarkan seberapa penting masing-masing produk tersebut bagi konsumen dan bagaimana jasa atau barang tersebut dipersepsikan oleh konsumen. Evaluasi ini biasanya dipenuhi dengan melakukan survei terhadap sampel yang terdiri atas konsumen.

Setelah menentukan atribut-atribut yang layak, konsumen ditanya dengan dua pertanyaan. Yang pertama ialah harapan konsumen terhadap jasa tersebut dan yang kedua adalah kinerja perusahaan yang menggunakan atribut tersebut. Perhitungan dengan menggunakan rata-rata score kepentingan dan kinerja atribut dikumpulkan dan diklasifikasikan ke dalam kategori tinggi atau rendah, kemudian dengan memasangkan set ranking tersebut, masing-masing atribut ditempatkan ke dalam salah satu dari empat kuadran kepentingan kinerja. skor rata-rata kinerja dan kepentingan digunakan sebagai koordinat untuk memplotkan atribut-atribut individu pada diagram kartesius (Barus, 2018).

Dalam penelitian ini digunakan dua variable X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja terhadap layanan yang memberikan kepuasan pelanggan dan Y merupakan tingkat kepentingan/harapan pelanggan. Dalam hal ini digunakan lima tingkat Skala Linkert untuk penilaian tingkat kepentingan pelanggan, yang terdiri dari:

- 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

Untuk kinerja nyata diberikan lima kriteria penilaian dengan bobot sebagai berikut :

1. Sangat baik diberi bobot 5, yang berarti pelanggan sangat puas.

2. Baik diberi bobot 4, yang berarti pelanggan puas.
3. Cukup baik diberi bobot 3, yang berarti pelanggan cukup puas.
4. Kurang baik diberi bobot 2, yang berarti pelanggan kurang puas.
5. Tidak baik diberi bobot 1, yang berarti pelanggan tidak puas

Kemudian seluruh hasil perhitungan dimasukkan dalam salah satu dari kuadran baik itu kuadran I, II, III, dan IV. Rumus yang digunakan untuk menentukan kuadran tersebut menurut Supranto (2001) adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum xi}{k} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum yi}{k}$$

Keterangan:

$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat kenyataan konsumen

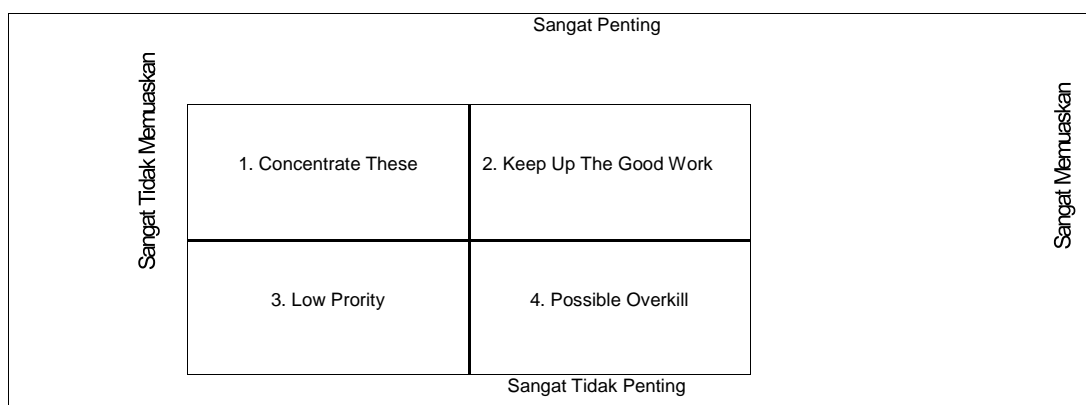
$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat harapan konsumen

$xi$  = Skor penilaian kenyataan

$yi$  = Skor penilaian harapan

$k$  = Banyaknya item pertanyaan

Pada analisis *Importance Performance Analysis*, dilakukan pemetaan menjadi 4 kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Pembagian kuadran dalam *Importance Performance Analysis* dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Diagram Kartesius Importance Performance Analysis



Adapun interpretasi dari kuadran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Prioritas Utama (*Concentrate Here*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan konsumen akan tetapi kinerja perusahaan dinilai belum memuaskan sehingga pihak perusahaan perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini.

2. Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut.

3. Prioritas Rendah (*Low Priority*)

Pada kuadran ini terdapat faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut.

4. Berlebihan (*Possibly Overkill*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya terkait pada faktor tersebut kepada faktor yang lain yang lebih memiliki prioritas lebih tinggi.

### 2.1.8 Hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Persepsi *Service Quality* yang dirasakan merupakan faktor penting dalam menentukan *i*. Konsumen biasanya menentukan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah menilai *Service Quality* (Suryabrata, 2005). Menurut Tjiptono (2014), ada empat faktor utama yang seringkali menjadi penyebab dalam timbulnya masalah komunikasi dalam bidang jasa. Oleh sebab itulah merekomendasikan empat strategi utama komunikasi jasa yang salah satunya adalah dengan meningkatkan edukasi pelanggan. Bentuk dari edukasi pelanggan yang dibutuhkan antara lain:

1. Menyiapkan pelanggan untuk proses jasa.
2. Mengkonfirmasi kinerja dengan standar dan ekspektasi.

3. Mengklarifikasikan ekspektasi setelah penjualan.
4. Mendidik pelanggan agar menghindari periode permintaan puncak.

## 2.2. Metode Pengukuran Kepuasan pelanggan

Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan bersaing yaitu mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan (Kotler, 2000), metode tersebut adalah :

### 1. Sistem Keluhan dan Saran

Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), menyediakan kartu komentar dan saluran telepon khusus.

### 2. *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu ghost shopper tersebut menyampaikan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka saat pembelian.

### 3. Survey Kepuasan Pelanggan

Pada umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon ataupun wawancara pribadi. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus memberikan tanda positif bahwa perusahaan memberikan perhatian terhadap pelanggannya. Pengukuran pelanggan menggunakan metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain:

- *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan seperti “Ungkapan seberapa puas saudara terhadap pelayanan perusahaan tersebut”

- *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yaitu besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

- *Problem analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

- *Importance-performance analysis*

Cara ini diungkapkan oleh Martilla dan James. Dalam teknik ini, responden diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu responden juga diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen tersebut.

#### 4. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi pelanggannya yang telah berhenti menggunakan produk/jasanya atau yang beralih ke perusahaan lain. Yang diharapkan adalah memperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

### 2.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak sahnya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan *reliabel* jika jawaban seseorang terhadap kuesioner stabil dari waktu ke waktu.

### 2.3. Kajian Induktif

Kajian induktif merupakan kajian pustaka berupa informasi yang diperoleh dari penelitian, observasi maupun eksperimen yang sudah ada sebelumnya. Adapun informasi yang diperoleh yaitu batasan-batasan penelitian, kekurangan penelitian maupun metode-metode yang digunakan.

Sehingga dapat dilakukan *improvement* dari penelitian sebelumnya tanpa menghilangkan keaslian penelitian tersebut. Pada penelitian ini, peneliti telah mengkaji beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian yang dikaji tersebut berasal dari jurnal ilmiah yang telah dipublikasikan. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 2.1:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Penulis	Tahun	Metode	Hasil
1	Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Terhadap Penerapan Manajemen Rekayasa Konstruksi Profesional Ruko	Arfan Usman Sumaga	2013	<i>Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA)</i>	Secara keseluruhan pengguna jasa merasa cukup puas terhadap penerapan manajemen rekayasa konstruksi profesional di kawasan business park kota Gorontalo, akan tetapi ada beberapa atribut pelayanan yang harus diperbaiki dan ditingkatkan lagi terkait kinerja yang sudah dilakukan oleh pihak pengembang
2	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS TAMU HOTEL	Zita Hanna Mariska dan Muchsin Saggaff Shihab	2016	<i>Service Quality, Customer Satisfaction</i>	Hasil menunjukkan bahwa dimensi <i>tangible</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Untuk industri jasa, penyediaan dimensi <i>tangible</i> tidak dimaksudkan perusahaan menjual fisik ( <i>tangible</i> ) barang. Tetapi, untuk membangun <i>image</i> dan pengaruh positif konsumen. Hasil yang sama juga ditunjukkan pada dimensi <i>empathy, reliability, responsiveness, dan assurance</i> . Penelitian ini juga menghasilkan

---

<p>3. PENGARUH DIMENSI <i>SERVICE QUALITY</i> TERHADAP KEPUASAN TAMU HOTEL DAN DAMPAKNYA TERHADAP <i>BEHAVIOUR INTENTION</i> ( Studi Kasus Hotel Aston Kuningan Suites- Jakarta)</p>	 <p>Amalia Susepti, Djamhur Hamid, dan Andriani Kusumawati 2017</p>	<p><i>Service Quality</i></p>	<p>pengaruh secara simultan. Hasil analisis membuktikan terdapat pengaruh signifikan dimensi <i>tangible</i>, <i>empathy</i>, <i>responsiveness</i>, <i>reliability</i>, <i>assurance</i> secara bersama-sama dan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Di sisi lain dimensi <i>service quality</i> juga memberikan pengaruh terhadap <i>behaviour intention</i> terutama pada dimensi <i>tangible</i> untuk dapat meningkatkan <i>behaviour intention</i>. Penyediaan barang-barang fisik (<i>tangible</i>) dapat membangun emosi dan <i>image</i> positif konsumen terbukti mempengaruhi <i>behaviour intention</i>.</p>
<p>Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu hotel. Korelasinya adalah jika semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan atau dilakukan maka kepuasan tamu hotel sebagai yang dilayani pun akan semakin baik juga. Sangat penting bagi operator hotel untuk terus menilai dan mencari cara untuk</p>			

---

4. PENGUKURAN  
KEPUASAN  
PELANGGAN  
HOTEL XYZ  
MENGUNAKAN  
METODE  
*SERVQUAL* DAN  
*IMPORTANCE*  
*PERFORMANCE*  
*ANALYSIS* (IPA)



Putri Ragil 2019  
Purnaningsih

*Service*  
*Quality,*  
*Importance*  
*Performance*  
*Analysis*

meningkatkan kualitas agar sesuai antara kinerja pelayanan dengan pelayanan yang dirasakan sehingga kepuasan pelanggan tercapai. Kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap loyalitas tamu hotel tersebut. Menyediakan layanan berkualitas tinggi dianggap cara yang paling efektif untuk memastikan keunggulan jasa perhotelan atas pesaingnya dengan mempertahankan kesetiaan pelanggan.

Dalam penelitian ini didapatkan bahwa pengunjung di Hotel XYZ sudah cukup puas terhadap pelayanan yang diberikan. Dari hasil *Servqual* didapatkan bahwa dimensi *assurance* memiliki tingkat kepuasan tertinggi, sedangkan dimensi *tangible* adalah tingkat kepuasan terendah. Dari hasil pengolahan metode IPA didapatkan bahwa perlu diadakan usulan perbaikan dengan cara pengecekan ruangan berkala, perawatan dan perbaikan, menyediakan tenaga perbaikan bangunan, penambahan karyawan melakukan sistem *reward and*

---

					<i>punishment</i> , serta melakukan training pada karyawan baru, dan juga <i>briefing</i> akhir pekan.
5.	PENERAPAN METODE <i>SERVICE QUALITY</i> ( <i>SERVQUAL</i> ) UNTUK PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN HOTEL VIDI 2	Yandra Prananda, Dyah Rachmawati Lucitasari, M Shodiq Abdul Khannan	2019	<i>Service Quality</i>	Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa dari perhitungan <i>Servqual</i> menunjukkan bahwa dimensi kualitas <i>tangible</i> berada pada nilai terkecil, hal ini dibuktikan juga pada metode IPA bahwa kondisi kamar berada pada tingkat 1 dimana membutuhkan peningkatan kualitas dengan mengadakan renovasi. Dari hasil tersebut didapatkan bahwa penggunaan metode <i>Servqual</i> dan IPA dapat digunakan untuk mengetahui mengenai kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan untuk mendapatkan nilai kepuasan yang lebih tinggi.
6.	ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DI HOTEL PURI INN JAKARTA	Ricky Shahputra	2019	<i>Service Quality, Importance Performance Analysis</i>	Dalam penelitian ini diketahui bahwa penggunaan metode <i>Service Quality</i> dan <i>Importance Performance Analysis</i> sangat tepat. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis yang didapatkan bahwa pada Hotel Puri Inn Jakarta keseluruhan kualitas berada pada kategori sangat baik atau

---



			<p>dikatakan memuaskan karena hasil dari kenyataan yang dirasakan para tamu yang menginap melebihi harapan sebelum menginap memiliki dimensi <i>tangible</i>, <i>responsiveness</i>, <i>emphaty</i>, <i>assurance</i>, dan <i>reliability</i> berada pada persentase lebih dari 95% dimana hal tersebut menunjukkan bahwa Hotel Puri Inn Jakarta berada pada kategori sangat baik dan harus mempertahankan kualitas pelayanan yang dimiliki dan ditingkatkan lagi kinerjanya.</p>
<p>7. USULAN PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PADA KAWASAN WISATA KAWAH PUTIH PERUM PERHUTANI JAWA BARAT DAN BANTEN DENGAN MENGGUNAKAN METODE <i>SERVICE QUALITY</i> (<i>SERVQUAL</i>)</p>	<p>Sesar Triwibowo, Hendang Setyo Rukmi, Ambar Harsono</p>	<p>2014</p> <p><i>Service Quality</i></p>	<p>Dari penelitian ini didapat hasil bahwa kesenjangan negatif terjadi pada 31 atribut yaitu 28 atribut yang diolah dari analisis secara keseluruhan dan 3 atribut tambahan yang didapat dari analisis secara demografi. Dari 31 atribut tersebut dapat terlihat bahwa penyebab terbanyak terjadinya kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi konsumen (gap 5) adalah kesenjangan antara spesifikasi (standar) kualitas jasa terhadap persepsi manajemen mengenai ekspektasi konsumen. Hal ini berarti tidak ada</p>



Dengan memahami dari hasil penelitian sebelumnya, diketahui bahwa penggunaan metode *Servqual* dan IPA Matrix banyak diterapkan untuk menganalisis kualitas pelayanan pada sektor industri, terutama pada sektor industri pariwisata khususnya perhotelan. Contohnya, penelitian yang dilakukan pada industri konstruksi bangun yaitu di fasilitas bandara menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak pengembangan konstruksi terfokus pada efisiensi operasional yaitu faktor yang terkait erat dengan layanan utama berdasarkan 5 dimensi pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) di metode *Servqual* (Parbedinskaite & Akstinaite, 2013). Selain itu terdapat pula penelitian yang dilakukan pada sektor industri perhotelan dengan menerapkan metode *Servqual* untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan di industri berdasarkan 5 dimensi kualitas (Liu et al., 2014).

Pada sektor perhotelan lain, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang melakukan pengukuran kualitas pelayanan dengan menerapkan metode *Servqual* dan IPA Matrix. Penelitian yang dilakukan oleh Ricky Shahputra (2019) dengan judul “Pengukuran Kepuasan Pelanggan Hotel XYZ Menggunakan Metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis*” menunjukkan tingkat kepuasan yang kecil terhadap pelayanan yang diberikan oleh Hotel XYZ, dimana atribut *tangible* berada pada tingkat kepuasan yang terendah dengan kondisi kamar menjadi utamanya. Penelitian yang dilakukan oleh Ricky Shahputra (2019) dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan di Hotel Puri Inn Jakarta” menerapkan dua metode yaitu *Servqual* dan IPA Matrix.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diukur dengan metode *Servqual* secara keseluruhan sudah memuaskan seluruh pelanggan. Dimensi yang menjadi prioritas dalam perbaikan kualitas pelayanan di Hotel Puri Inn diukur dengan metode IPA Matrix. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa masih sedikitnya penelitian yang dilakukan di hotel terutama pada bagian *supplier* hotel terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini dapat dilihat dari dasar penelitian terdahulu dimana penelitian terkait kualitas pelayanan banyak dilakukan pada sektor industri dan jasa kepuasan pelanggan hotel, bukan pada bagian kualitas layanan *supplier* hotel tersebut. Sehingga penelitian ini menjadi penting dilakukan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh Perusahaan *Supplier* dengan penerapan metode *Servqual* dan IPA Matrix khususnya pada Perusahaan *Supplier* Hotel berbintang tiga sampai dengan bintang lima di Yogyakarta.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Fokus dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian *survey* (*survey research*). Penelitian *survey* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2005). Penelitian ini berfokus pada pendapat dari Pegawai hotel selaku pelanggan dari layanan pasok *supplier* perlengkapan hotel apakah dalam pemenuhan kebutuhan pasok harian sudah sesuai dengan yang diharapkan atau belum. Adapun objek dari penelitian ini adalah Hotel Berbintang Tiga sampai dengan Bintang Lima yang ada di Kota Yogyakarta. Hal ini dilakukan dikarenakan hotel berbintang tiga sampai dengan lima relatif memiliki tamu atau pelanggan dengan kelas ekonomi menengah ke atas dan memiliki kapasitas daya tampung hunian tamu yang lebih banyak sehingga kualitas layanan yang baik perlu dipertahankan dan ditingkatkan, dan membutuhkan sistem lelang atau penunjukkan *supplier* dalam pemenuhan kebutuhan pasok nya. Sementara untuk hotel non – bintang relatif memiliki tamu atau pelanggan dengan tingkat ekonomi menengah ke bawah dan memiliki kapasitas daya tampung hunian tamu yang lebih sedikit sehingga dalam pemenuhan kebutuhan pasok dilakukan dengan sistem transaksi langsung kepada individu baik dari pihak perorangan maupun langsung ke pasar yang berkaitan tanpa sistem lelang dan penunjukan.

#### 3.2 Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut :

### 1. Observasi

Metode observasi yaitu pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan baik secara langsung maupun secara tidak langsung terhadap kualitas kinerja pelayanan *supplier* dalam sistem pasok di Hotel.

### 2. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk menguasai teori maupun konsep dasar yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi dilakukan dengan membaca dan mempelajari beberapa referensi seperti *literatur*, buku, serta laporan ilmiah lain yang dapat digunakan sebagai landasan yang kuat dalam analisis penelitian.

### 3. Kuesioner

Kuesioner dibuat dan disebarakan kepada manajer hotel yang berkaitan dengan bidang *supply* dan pengadaan barang untuk mendapatkan penilaian variabel-variabel persepsi kualitas terhadap aktivitas pasok barang kebutuhan dan perlengkapan hotel. Kuesioner pada penelitian ini digunakan untuk analisis persepsi penilaian kepuasan pelanggan *supply* terhadap penilaian kualitas kinerja pelayanan dari *supplier* tersebut dan mengukur ada atau tidaknya perbedaan persepsi kepuasan pelanggan dengan kualitas kinerja pelayanan *supplier* dalam aktivitas rantai pasok hotel.

## 3.3 Kebutuhan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdapat dua jenis yaitu data primer dan juga data sekunder. Penjelasan dari kedua data tersebut adalah sebagai berikut:

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti yang dalam hal ini adalah manajer hotel yang berhubungan langsung dengan *supplier*.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari kepustakaan seperti referensi ilmiah maupun jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini. Data sekunder yang dibutuhkan yaitu data daftar *supplier*, data jenis barang yang disupply, data persepsi penilaian kualitas

kinerja pelayanan *supplier* pada aktivitas pasok dan juga data kualitas kinerja *supplier*, serta data kepuasan pelanggan terhadap kualitas kinerja *supply*.

### 3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

#### 3.5.1 Populasi

Menurut Umar (2003), populasi adalah kumpulan elemen yang mempunyai karakteristik tertentu yang sama dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Menurut Margono (2004), populasi merupakan seluruh data yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti dalam ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan. Populasi merupakan objek secara keseluruhan atau generalisasi dari keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya.

Sasaran populasi yang merupakan batasan ideal tentang populasi yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah hotel berbintang tiga sampai dengan berbintang lima yang berada di kawasan Kota Yogyakarta. Di Kota Yogyakarta ada sekitar 1.160 hotel, baik hotel berbintang maupun hotel non-berbintang, dengan total 113 hotel berbintang tiga sampai dengan hotel berbintang lima.

#### 3.5.2 Sampel

Menurut Umar (2003), sampel adalah merupakan merupakan bagian dari populasi atau bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang akan diteliti. Menurut beberapa sumber dan ahli penelitian, sampel penelitian yang digunakan minimal 30 orang, tetapi ada juga yang berpendapat lain. Teknik pengambilan data sampel ini biasanya didasarkan oleh pertimbangan tertentu, seperti keterbatasan waktu, tenaga, dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar dan jauh.

Adapun cara dalam penentuan sampel, penulis menggunakan cara *non probability sampling* dan *purposive random sampling*. Hal ini dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, *random*, atau daerah, tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Dalam buku Metode Penelitian oleh Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini sampel yang

digunakan adalah manajer hotel yang memiliki kewenangan atau berhubungan langsung dengan pihak *supplier*.

Mengacu pada buku Prosedur Penelitian oleh Arikunto (2010) yang menjelaskan bahwa, syarat - syarat yang harus dipenuhi dalam menentukan sampel berdasarkan tujuan tertentu, yaitu :

1. Pengambilan sampel harus didasarkan atas ciri - ciri, sifat, atau karakteristik tertentu, yang merupakan ciri - ciri pokok populasi.
2. Subjek yang diambil sebagai sampel, merupakan subjek yang paling banyak mengandung ciri - ciri yang terdapat pada populasi.
3. Penentuan karakteristik populasi dilakukan dengan cermat di dalam studi pendahuluan.

Sehingga didapatkan karakteristik responden yang dibutuhkan dalam memenuhi kecukupan data sebagai berikut:

1. Merupakan karyawan aktif dalam industri perhotelan.
2. Berpengalaman dalam kegiatan pasok barang hotel.
3. Memiliki peran penting dalam kegiatan pasok barang hotel.
4. Hotel berlokasi di wilayah Kota Yogyakarta.
5. Hotel merupakan Hotel dengan standarisasi bintang tiga sampai dengan lima.

### **3.5.3 Teknik Penarikan Sampel**

Sampel merupakan bagian populasi yang akan diteliti sehingga baik tidaknya penentuan sampel akan berpengaruh terhadap validitas penelitian. Untuk mendapatkan sampel yang baik dan *representative*, digunakan teknik *sampling* (Udiyono, 2007). Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *non probability sampling*, yaitu anggota atau elemen elemen populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk diambil. Selain itu digunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan untuk menyesuaikan diri dengan beberapa kriteria penelitian agar dapat meningkatkan ketetapan sampel (Cooper & William, 2005). Adapun yang menjadi kriteria dalam penentuan sampel penelitian ini adalah manajer hotel di hotel berbintang yang berada di wilayah Kota Yogyakarta.

Oleh sebab itu, pengambilan sampel dilakukan secara acak atau *random*. Populasi terdiri dari beberapa sub populasi, yakni terbagi dalam beberapa bidang seperti *Accounting and Finance* dan *Manager*. Jadi, teknik yang digunakan adalah *purposive random sampling*. *Purposive random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan memperhatikan pertimbangan-pertimbangan yang dibuat oleh peneliti (Sutrisno, 2004).

### 3.5.4 Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data dilakukan agar dapat menentukan jumlah sampel minimal yang harus didapatkan untuk dapat mewakili dari keseluruhan populasi sehingga hasil yang diperoleh bersifat objektif dan dapat dipertanggung jawabkan. Sampel minimal dapat diketahui berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus berikut:

$$N' = \left[ \frac{\frac{k}{s} \sqrt{N \cdot \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2}}{\sum Xi} \right]^2$$

Keterangan :

$N'$  = Jumlah Pengamatan yang seharusnya dilakukan

$K$  = Tingkat Kepercayaan dalam pengamatan

Jika tingkat keyakinan 99%, maka  $k = 2.58$  atau 3

Jika tingkat keyakinan 95%, maka  $k = 1.86$  atau 2

Jika tingkat keyakinan 68%, maka  $k = 1$

$s$  = Derajat ketelitian dalam pengamatan

Jika tingkat keyakinan 99% maka  $s = 1\%$

Jika tingkat keyakinan 95% maka  $s = 5\%$

Jika tingkat keyakinan 90% maka  $s = 10\%$

$N$  = Jumlah pengamatan yang sudah dilakukan

$Xi$  = Data Pengamatan

### 3.5.5 Skala Pengukuran Variabel

Dalam hal ini digunakan skala *likert*, menurut (Sugiyono, 2005) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan dasar untuk menyusun *item* instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap *item* instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Dalam penelitian ini menggunakan 5 tingkat penelitian antara tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*).

Untuk keperluan analisis kuantitatif, ke – 5 penilaian tersebut diberikan skor sebagai berikut:

#### 1. Tingkat kepentingan/kebutuhan (*importance*)

Sebagai pedoman bagi konsumen untuk menilai tingkat harapan kualitas layanan, digunakan skala *Likert* dengan pilihan nilai 1-5

- a. Sangat memuaskan (SM) : skor 5
- b. Memuaskan (M) : skor 4
- c. Cukup memuaskan (CM) : skor 3
- d. Tidak memuaskan (TM) : skor 2
- e. Sangat tidak memuaskan (STM) : skor 1

#### 2. Tingkat kinerja/Dirasakan (*performance*)

Sebagai pedoman bagi konsumen untuk menilai tingkat kinerja kualitas layanan, juga digunakan skala *Likert* dengan pilihan nilai 1-5

- a. Sangat penting (SP) : skor 5
- b. Penting (P) : skor 4
- c. Cukup penting (CP) : skor 3
- d. Tidak penting (TP) : skor 2
- e. Sangat tidak penting (STP) : skor 1

### 3.5 Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data adalah suatu proses dalam memperoleh data ringkasan atau angka ringkasan dengan menggunakan cara atau rumus tertentu. Tahap-tahap pengolahan data adalah sebagai:

1. *Editing*

*Editing* adalah pengecekan atau pengoreksian data yang telah dikumpulkan karena kemungkinan data yang masuk atau data yang terkumpul itu tidak logis dan meragukan. Tujuan *editing* adalah untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan di lapangan dan bersifat koreksi.

2. *Coding*

*Coding* adalah pemberian atau pembuatan kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf-huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi atau data yang dianalisis responden.

3. Tabulasi

Tabulasi adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Setelah proses tabulasi selesai kemudian data-data dalam tabel tersebut akan diolah dengan bantuan *software* statistik yaitu SPSS.

### 3.6 Metode Analisis Data

#### 3.8.1. Metode Analisis Kuantitatif

Menurut (Iqbal H, 2002), analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan alat analisis berkuantitatif. Alat analisis yang bersifat kuantitatif adalah alat analisis yang menggunakan model-model, seperti model matematika atau model statistik dan ekonometrik. Hasil analisis dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian.

### 3.7 Uji Validitas Data

1. Uji Validitas

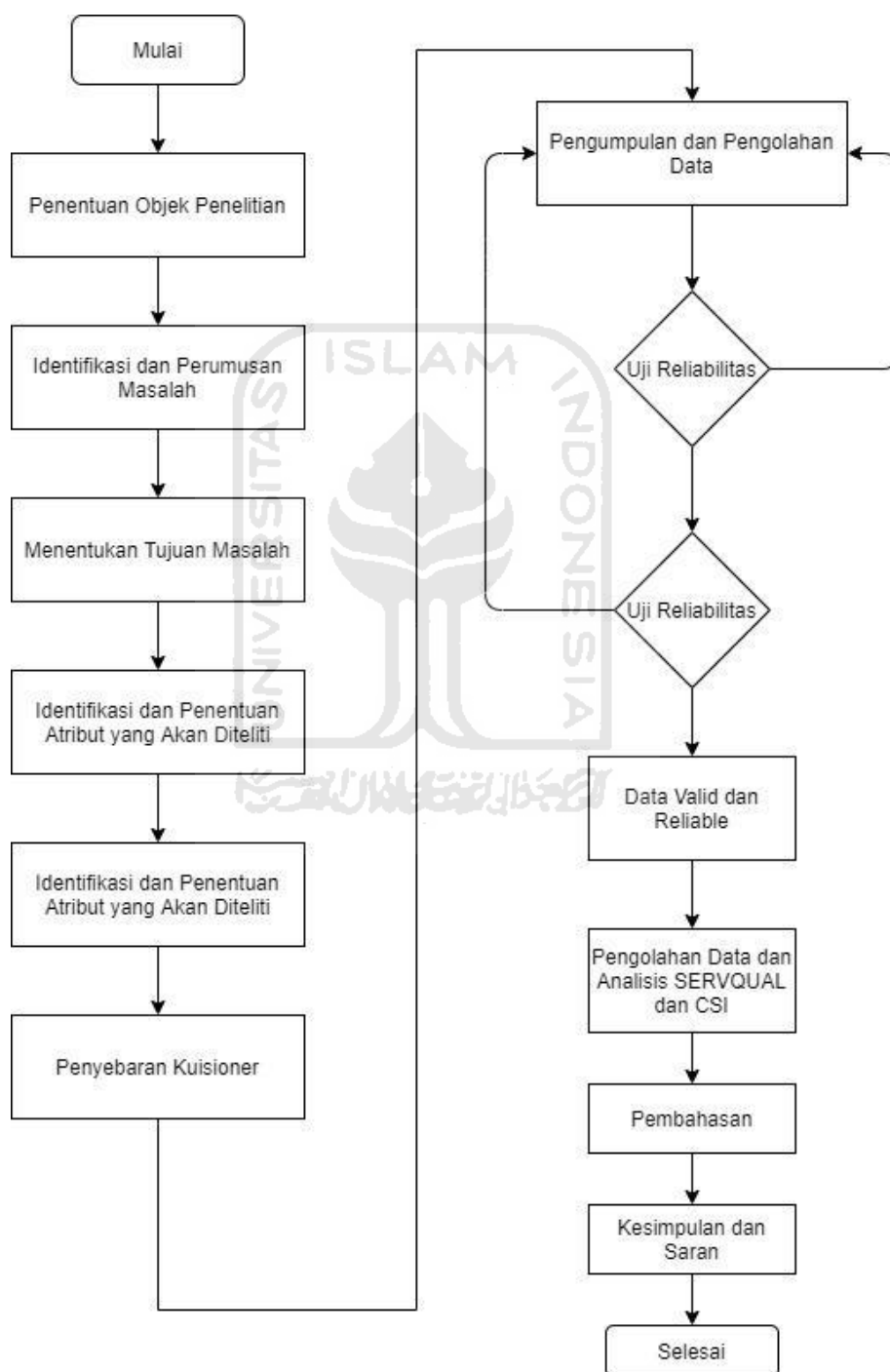
Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak sahnya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu.

2. Uji Reliabilitas



Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan *reliabel* jika jawaban seseorang terhadap kuesioner stabil dari waktu ke waktu.

### 3.8 Alur Penelitian



Gambar 3. 1 Alur Penelitian

### 3.9 Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpul data penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan pengukuran *servqual* yang diperkenalkan oleh Parasuraman *et al.*, (1988). Skala ini memuat 5 dimensi dengan total 22 item pertanyaan berpasangan. Satu instrumen berfungsi menanyakan tentang kualitas yang dipersepsikan oleh responden, dan lainnya menanyakan tentang evaluasi kinerja dari kualitas sebenarnya yang diterima/dirasakan oleh responden. Adapun kelima konstruk dimensi *servqual* ditunjukkan pada Tabel 3.1 berikut.

Tabel 3. 1 Konstruk Dimensi Servqual

Dimensi	Deskripsi	Jumlah Item
<b>Tangible</b>	Fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan personel	4
<b>Reliability</b>	Kemampuan memberikan pelayanan yang baik dan akurat	5
<b>Responsiveness</b>	Kemauan dalam membantu dan memberikan panduan layanan kepada konsumen	4
<b>Assurance</b>	Pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan untuk memberikan rasa percaya dan keyakinan terhadap layanan	4
<b>Empathy</b>	Perhatian individual yang diberikan perusahaan kepada konsumennya	5

Sumber: Parasuraman *et al.*, (1988)

Skala Servqual merupakan skala yang sudah biasa digunakan dalam penelitian tentang kualitas dan kepuasan konsumen. Penggunaan skala servqual dalam bidang penelitian sudah banyak dilakukan dan sudah cukup teruji, sekaligus skala ini merupakan skala berpasangan yang ditujukan dalam pengukuran gap kualitas dan kepuasan konsumen yang mana sesuai untuk analisis IPA. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring kepada setiap manajer hotel yang menjadi sampel penelitian.

### 3.10 Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan tingkat valid suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid apabila pengukuran mampu mengukur data dari variabel yang diukur secara tetap. Uji validitas untuk mengetahui variabel valid dan variabel tidak valid. Variabel yang lebih besar dari  $r$  tabel disebut variabel yang valid dan variabel yang lebih kecil dari  $r$  tabel disebut variabel yang tidak valid sehingga variabel tersebut tidak dapat digunakan sebagai alat ukur. Uji validitas skala pengukuran dilakukan dengan uji korelasi. Adapun kriteria validitasnya ditentukan dengan membandingkan koefisien korelasi item skala pengukuran dengan  $r$  tabel. Apabila koefisien korelasi  $> r$  tabel maka item dinyatakan valid.

### 3.11 Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat konsistensi terhadap instrumen-instrumen yang mengukur konsep. Reliabilitas merupakan syarat untuk tercapainya validitas suatu kuesioner dengan tujuan tertentu. Dalam mengukur reliabilitas alat pengukuran yang digunakan adalah Teknik *Alpha Cronbach*. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan *reliable*. Jika *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur akan dinyatakan sebagai data yang tidak *reliable* (Ghozali, 2005).

## BAB IV

### PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

#### 4.3.1 Pengumpulan Data

##### 4.1.1. Objek Penelitian

Penelitian ini mengumpulkan data dari 16 hotel berbintang tiga sampai dengan lima yang berada di Kota Yogyakarta. Dimulai dengan wawancara yang dilakukan peneliti kepada pegawai hotel perihal *supplier* yang terdapat kendala dalam melakukan kegiatan *supply*. Menurut *Manager Akuntansi* dari *Horison Ultima Riss Yogyakarta* sebagai salah satu narasumber wawancara dan kuesioner, dikatakan bahwa terdapat setidaknya 1 atau 2 *supplier* terutama dari jenis *supplier* makanan yang terdapat kendala, meskipun dengan tingkat kendala yang tidak begitu besar dan tidak terlalu sering terjadi, seperti kualitas barang yang kurang baik akibat kondisi cuaca, maupun kendala transportasi pengiriman barang tersebut. Penelitian menggunakan objek penelitian *supplier* hotel dengan mengambil sampel 1 *supplier* dari masing-masing hotel, sehingga peneliti menggunakan sampel 16 *supplier* yang diambil dari tiap hotel yang digunakan sebagai responden tersebut. Tabel 4.1 menunjukkan daftar hotel yang menjadi subjek penelitian ini.

Tabel 4. 1 Daftar Subyek Penelitian

<b>Nama Perusahaan</b>	<b>ABR</b>
<b>Hotel Horison Ultima Riss Yogyakarta</b>	URY1
<b>Hotel Horison Ultima Riss Yogyakarta</b>	URY2
<b>@Hom Premiere Timoho Yogyakarta</b>	PTY

<b>Neo Malioboro</b>	NEO
<b>The Cube Hotel</b>	CUBE
<b>Grand Keisha Hotel</b>	GKH
<b>Lynn Hotel Yogyakarta</b>	LYNN
<b>EASTPARC HOTEL</b>	EH
<b>Lynn Hotel by Horison Yogyakarta</b>	LYNN2
<b>Hotel Horison Ultima Riss Yogyakarta</b>	URY3
<b>pt bintang investasi bersama</b>	BIN
<b>Lynn Hotel</b>	LYN3
<b>Grand Zuri Hotel</b>	GZH
<b>Pt Best Hotelindo (hotel horaios)</b>	PBH
<b>EL Hotel Royale Yogyakarta</b>	ELR
<b>Neo+ Awana Yogyakarta</b>	NEO2
<b>Hotel Grandzuri malioboro YK</b>	HGM

Responden merupakan manajer hotel yang menjadi subjek penelitian. Manajer dari hotel ini diminta mengisi pertanyaan yang berhubungan dengan *importance* dan *performance* dari *supplier* yang mereka kontrak.

#### 4.3.2 Pengolahan Data

##### 4.2.1. Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data dilakukan agar dapat menentukan jumlah sampel minimal yang harus didapatkan untuk dapat mewakili dari keseluruhan populasi sehingga hasil yang diperoleh bersifat objektif dan dapat dipertanggung jawabkan. Sampel minimal dapat diketahui berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus berikut:

$$N' = \left[ \frac{k}{s} \sqrt{N \cdot \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2} \right]^2$$

Keterangan:

N' = Jumlah Pengamatan yang seharusnya dilakukan

K = Tingkat Kepercayaan dalam pengamatan

Jika tingkat keyakinan 99%, maka k = 2.58 atau 3

Jika tingkat keyakinan 95%, maka k = 1.86 atau 2

Jika tingkat keyakinan 68%, maka k = 1

s = Derajat ketelitian dalam pengamatan

Jika tingkat keyakinan 99% maka s = 1%

Jika tingkat keyakinan 95% maka s = 5%

Jika tingkat keyakinan 90% maka s = 10%

N = Jumlah pengamatan yang sudah dilakukan

Xi = Data Pengamatan

Tabel 4. 2 Hasil Uji Ketercukupan Data

Variabel	Importance			Performance		
	N'	N	Keterangan	N'	N	Keterangan
<b>X1</b>	0,027	16	Tercukupi	0,038	16	Tercukupi
<b>X2</b>	0,039	16	Tercukupi	0,037	16	Tercukupi
<b>X3</b>	0,029	16	Tercukupi	0,027	16	Tercukupi
<b>X4</b>	0,039	16	Tercukupi	0,041	16	Tercukupi
<b>X5</b>	0,042	16	Tercukupi	0,029	16	Tercukupi

Berdasarkan hasil uji ketercukupan data baik pada aspek *importance* dan aspek *performance* indikator sudah menunjukkan ketercukupan pada penggunaan jumlah data sampel.

#### 4.2.2. Desain Kuesioner

Instrumen pengumpul data penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan pengukuran *servqual* yang diperkenalkan oleh Parasuraman *et al.*, (1988). Skala ini memuat 5 dimensi dengan total 22 item pertanyaan berpasangan. Satu instrumen berfungsi menanyakan tentang kualitas yang dipersepsikan oleh responden, dan lainnya menanyakan tentang evaluasi kinerja dari kualitas sebenarnya yang diterima/dirasakan oleh responden.

#### 4.2.3. Penyebaran Kuesioner

Untuk mendapatkan sampel yang baik dan *representative*, digunakan teknik *sampling* (Udiyono, 2007). Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *non probability sampling*, yaitu anggota atau elemen elemen populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk diambil. Selain itu digunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan untuk menyesuaikan diri dengan beberapa kriteria penelitian agar dapat meningkatkan ketetapan sampel (Cooper & Emory, 2009). Adapun yang menjadi kriteria dalam penentuan sampel penelitian ini adalah manajer hotel di hotel berbintang yang berada di wilayah Kota Yogyakarta.

Oleh sebab itu, pengambilan sampel dilakukan secara acak atau *random*. Populasi terdiri dari beberapa sub populasi, yakni terbagi dalam beberapa bidang seperti *Accounting and Finance* dan *Manager*. Jadi, teknik yang digunakan adalah *purposive random sampling*. *Purposive random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan memperhatikan pertimbangan-pertimbangan yang dibuat oleh peneliti (Sutrisno, 2004).

#### 4.2.4. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan tingkat validitas suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid apabila pengukuran mampu mengukur data dari variabel yang diukur secara tetap. Uji validitas untuk mengetahui variabel valid dan variabel tidak valid. Variabel yang lebih besar dari  $r$  tabel disebut variabel yang valid dan variabel yang lebih kecil dari  $r$  tabel disebut variabel yang tidak valid sehingga variabel tersebut tidak dapat digunakan sebagai alat ukur. Pengujian validitas kuesioner dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 96 responden. Pengujian

dilakukan menggunakan *software SPSS (Statistical Package for Service Solution) versi 25*. Langkah-langkahnya sebagai berikut:

a. Menentukan Hipotesis

$H_0$  = Butir kuesioner valid

$H_1$  = Butir kuesioner tidak valid

b. Menentukan Nilai  $r_{tabel}$

Tingkat signifikansi  $\alpha = 10\%$

Derajat kebebasan (db) =  $16-2 = 16-2 = 14$

$r_{tabel} = 0,4$

$r_{tabel}$  didapatkan berasal dari tabel r dengan tingkat signifikansi 0,1 dengan derajat kebebasan 14.

c. Mencari  $r_{hitung}$

Pengujian validitas dalam penelitian ini memperoleh hasil  $r_{hitung}$  dengan menggunakan *software SPSS (Statistical Package for Service Solution) versi 25*. Sebagai contoh perhitungan uji validitas untuk butir pertanyaan atribut 1 pada persepsi (kualitas pelayanan supplier yang diharapkan) mendapatkan hasil  $r_{hitung}$  sebesar 0,886 dengan  $r_{tabel}$  sebesar 0,4. Maka dinyatakan valid karena  $r_{hitung} = 0,886 \geq r_{tabel} = 0,4$ .

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Rhitung Persepsi	Rhitung Penilaian	Rtabel	Kesimpulan
Tangibles	1	0,886	0,404	0,4	Valid
	2	0,646	0,654	0,4	Valid
	3	0,799	0,802	0,4	Valid
	4	0,563	0,457	0,4	Valid
Reliability	5	0,664	0,804	0,4	Valid
	6	0,825	0,782	0,4	Valid
	7	0,753	0,754	0,4	Valid
	8	0,680	0,629	0,4	Valid
	9	0,511	0,614	0,4	Valid
Responsiveness	10	0,813	0,620	0,4	Valid
	11	0,815	0,872	0,4	Valid
	12	0,776	0,906	0,4	Valid
	13	0,828	0,671	0,4	Valid
Assurance	14	0,837	0,744	0,4	Valid
	15	0,779	0,580	0,4	Valid



	16	0,809	0,770	0,4	Valid
	17	0,710	0,865	0,4	Valid
	18	0,693	0,891	0,4	Valid
	19	0,708	0,749	0,4	Valid
Empathy	20	0,710	0,820	0,4	Valid
	21	0,801	0,779	0,4	Valid
	22	0,662	0,753	0,4	Valid

d. Mengambil Keputusan

- a. Jika  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  maka data dari hasil tersebut *valid*
- b. Jika  $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$  maka data dari hasil tersebut tidak *valid*.

#### 4.2.5. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat konsistensi terhadap instrumen-instrumen yang mengukur konsep. Reliabilitas merupakan syarat untuk tercapainya validitas suatu kuesioner dengan tujuan tertentu. Dalam mengukur reliabilitas alat pengukuran yang digunakan adalah Teknik Alpha Cronbach. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan *reliable*. Jika *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan tidak *reliable*.

a. Menentukan Hipotesis

$H_0$  = Butir kuesioner reliabel

$H_1$  = Butir kuesioner tidak reliabel

b. Menentukan Nilai  $r_{\text{tabel}}$

Tingkat signifikansi  $\alpha = 10\%$

Derajat kebebasan (db) =  $n-2 = 16-2 = 14$

$r_{\text{tabel}} = 0,3$

$r_{\text{tabel}}$  didapatkan berasal dari tabel r dengan tingkat signifikansi 0,1 dengan derajat kebebasan 14.

c. Mencari  $r_{\text{hasil}}$

Kapasitas penilaian tingkat reliabilitas sangat ditentukan oleh berapa jauh resiko *alfa* bila diterima sedikit resiko, semakin besar nilai  $\alpha$  yang dihasilkan (lebih besar dari 0,6) berarti data-data kuesioner semakin reliable.

Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Nilai batas bawah	Keterangan
Persepsi	0,965	0,6	Reliabel
Penilaian	0,961	0,6	Reliabel

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel 4.4, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian dapat dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Artinya kuisisioner ini memiliki hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran dalam waktu dan model atau desain yang berbeda.

### 4.3.3 Hasil Analisis Data Responden

#### 4.3.1 Hasil Perhitungan *Servqual*

Dari 22 pertanyaan kualitas (SERVQUAL) yang ditanyakan kepada subjek penelitian menunjukkan hasil seperti ditunjukkan dalam Tabel 2. Empat aspek *tangible* terkait pengangkut sudah melebihi ekspektasi. Sedangkan ketiga aspek lain pada pertanyaan *tangible* sudah mendekati ekspektasi. Aspek catatan akurat pada *reliability* memiliki gap yang paling tinggi yaitu -12 hal ini menunjukkan bahwa pada aspek catatan akurat kualitas pelayanan *supplier* masih dirasakan kurang memuaskan. Sedangkan untuk aspek lainnya sudah mendekati ekspektasi.

Empat aspek dalam variabel *responsiveness* sudah mendekati ekspektasi dengan aspek terbaik adalah menerangkan kejelasan barang akan dihantarkan dan yang memiliki gap tertinggi (-7) ada pada respon dengan cepat setiap permintaan. Demikian pula pada aspek *assurance* sudah mendekati ekspektasi, dengan gap terendah pada aspek dukungan perusahaan dan gap tertinggi pada aspek dipercaya dalam layanan.

Empat aspek dalam variabel *responsiveness* sudah mendekati ekspektasi dengan aspek terbaik adalah menerangkan kejelasan barang akan dihantarkan dan yang memiliki gap tertinggi (-7) ada pada respon dengan cepat setiap permintaan. Demikian pula pada aspek *assurance* sudah mendekati ekspektasi, dengan gap terendah pada aspek dukungan perusahaan dan gap tertinggi pada aspek dipercaya dalam layanan.

Aspek *empathy* memenuhi kebutuhan konsumen sudah melebihi ekspektasi dan aspek karyawan mau memperhatikan ketika ada masalah pada barang sudah memenuhi ekspektasi. Sedangkan aspek lainnya sudah mendekati ekspektasi.

Tabel 4. 5 Persepsi Kualitas Menurut Subjek Penelitian

Nama Perusahaan	ABR	Persepsi				
		Tan	Rel	Res	Ass	Emp
Hotel Horison Ultima Riss Yogyakarta	URY1	3,5	4,4	4,0	4,0	4,0
Hotel Horison Ultima Riss Yogyakarta	URY2	3,5	4,8	4,5	4,3	4,4
@Hom Premiere Timoho Yogyakarta	PTY	2,5	3,8	3,3	3,5	3,0
Neo Malioboro	NEO	4,3	4,0	4,8	4,5	4,2
The Cube Hotel	CUBE	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0
Grand Keisha Hotel	GKH	4,8	5,0	5,0	5,0	4,2
Lynn Hotel Yogyakarta	LYNN	3,8	4,4	4,3	4,3	4,2
EASTPARC HOTEL	EH	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0
Lynn Hotel by Horison Yogyakarta	LYNN 2	4,5	4,2	4,3	4,3	4,2
Hotel Horison Ultima Riss Yogyakarta	URY3	3,5	4,8	4,5	4,3	4,4
pt bintang investasi bersama	BIN	3,0	4,8	4,0	4,0	3,8

<b>Lynn Hotel</b>	LYN3	3,8	4,8	3,3	3,8	3,4
<b>Grand zuri hotel</b>	GZH	3,8	3,8	4,0	4,0	3,6
<b>Pt best hotelindo (hotel horaios)</b>	PBH	4,8	5,0	4,8	5,0	3,6
<b>eL Hotel Royale Yogyakarta</b>	ELR	2,5	2,6	2,0	2,5	3,0
<b>neo+ awana Yogyakarta</b>	NEO2	4,0	5,0	4,5	4,8	4,4
<b>Hotel grandzuri malioboro YK</b>	HGM	3,8	4,0	4,0	4,0	3,6
<b>Rata-rata total skor</b>		3,8	4,4	4,1	4,2	3,9

Berdasarkan hasil tersebut, yang tertera pada Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa penilaian kualitas yang diharapkan oleh manajer hotel kepada *suppliernya* adalah aspek *reliability*. Aspek *reliability* memiliki skor rata-rata total tertinggi yaitu 4,4. Hal ini didukung oleh banyaknya responden, yaitu pihak hotel yang berpartisipasi dalam penelitian dalam memberikan skor tinggi untuk aspek *reliability*.

Aspek lain yang dinilai oleh pihak hotel penting dalam kualitas pelayanan adalah aspek *assurance*. Aspek *assurance* memiliki skor rata-rata total 4,2 dan menjadi aspek kedua yang dianggap sebagai aspek penting dalam kualitas *supplier* oleh pihak hotel. Aspek selanjutnya yang dianggap penting oleh pihak hotel adalah aspek *responsiveness*. Aspek *responsiveness* memiliki skor rata-rata total sebesar 4,1 dan menjadi aspek ketiga terpenting dari kualitas yang diharapkan oleh pihak hotel ke *supplier*.

Aspek *empathy* dan aspek *tangible* menjadi aspek yang tingkat harapannya paling rendah. Skor rata-rata total pada aspek *empathy* adalah 3,9 dan skor rata-rata total pada aspek *tangible* adalah 3,8. Dengan demikian, kedua aspek ini oleh pihak hotel tidak dipertimbangkan sebagai aspek penting dari kualitas pelayanan yang diharapkan diberikan oleh *supplier* mereka.

Tabel 4.5 merupakan tabel skor persepsi kualitas yang didapatkan oleh pihak hotel terkait kualitas pelayanan dari *supplier*. Skor ini dihitung dari total skor dari setiap aspek variabel SERVQUAL dibagi dengan jumlah pertanyaan yang ada dalam aspek variabel tersebut. Contoh, skor Hotel Horison Ultima Riss Yogyakarta (URY1) pada aspek *tangible* adalah 14. Jumlah pertanyaan untuk aspek *tangible* adalah 4 dengan demikian skor *tangible* untuk URY1 adalah 3,5.

Berdasarkan hasil tersebut, yang tertera pada Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa penilaian kualitas tertinggi yang diberikan *supplier* kepada pihak hotel adalah aspek *reliability*. Aspek *reliability* memiliki skor rata-rata total tertinggi yaitu 3,9. Meskipun skor ini dibawah dari ekspektasi pihak hotel yaitu 4,4 namun nilai 3,9 sudah mendekati dan tidak memiliki gap yang jauh dari kualitas pelayanan yang diharapkan pihak hotel.

Tabel 4. 6 Penilaian Kualitas Menurut Subjek Penelitian

Nama Perusahaan	ABR	Penilaian				
		Tan	Rel	Res	Ass	Emp
Hotel Horison Ultima Riss Yogyakarta	URY1	3,5	4,4	4,0	4,0	4,0
Hotel Horison Ultima Riss Yogyakarta	URY2	3,5	4,4	4,3	4,0	4,0
@Hom Premiere Timoho Yogyakarta	PTY	3,3	3,0	3,0	3,3	2,6
Neo Malioboro	NEO	4,0	4,4	4,5	4,3	4,0
The Cube Hotel	CUBE	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0
Grand Keisha Hotel	GKH	3,8	3,4	3,5	3,8	3,4
Lynn Hotel Yogyakarta	LYNN	4,3	4,2	4,3	4,3	4,4
EASTPARC HOTEL	EH	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0
Lynn Hotel by Horison Yogyakarta	LYNN 2	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0
Hotel Horison Ultima Riss Yogyakarta	URY3	3,5	4,4	4,3	4,0	4,0
pt bintang investasi bersama	BIN	3,5	4,6	5,0	4,0	3,8
Lynn Hotel	LYN3	4,5	3,4	3,0	3,0	4,8
Grand zuri hotel	GZH	3,5	4,0	4,0	3,8	3,8
Pt best hotelindo (hotel horaios)	PBH	3,3	2,8	3,0	3,8	2,8

<b>eL Hotel Royale Yogyakarta</b>	ELR	2,5	3,0	2,5	2,5	2,4
<b>neo+ awana Yogyakarta</b>	NEO2	3,3	3,8	3,0	3,8	3,8
<b>Hotel grandzuri malioboro YK</b>	HGM	3,8	4,0	4,0	4,0	4,0
		3,7	3,9	3,8	3,8	3,8

Pihak hotel memberikan penilaian kualitas pelayanan yang diterima dari *supplier* sebesar 3,8 pada aspek *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Penilaian pada ketiga aspek ini memiliki gap nilai yang kecil dari persepsi kualitas layanan yang diharapkan oleh pihak hotel. Penilaian kualitas layanan yang diterima oleh pihak hotel paling rendah ada pada aspek *tangible*, yaitu 3,7.

Tabel 4. 7 Gap Antara Persepsi dan Penilaian Kualitas *Supplier*

<b>Nama Perusahaan</b>	<b>ABR</b>	<b>Persepsi</b>	<b>Penilaian</b>	<b>Gap</b>
<b>Hotel Horison Ultima Riss Yogyakarta</b>	URY1	4	4	0
<b>Hotel Horison Ultima Riss Yogyakarta</b>	URY2	4,32	4,05	-0,27
<b>@Hom Premiere Timoho Yogyakarta</b>	PTY	3,23	3	-0,23
<b>Neo Malioboro</b>	NEO	4,32	4,23	-0,09
<b>The Cube Hotel</b>	CUBE	5	5	0
<b>Grand Keisha Hotel</b>	GKH	4,77	3,55	-1,23
<b>Lynn Hotel Yogyakarta</b>	LYNN	4,18	4,27	0,09
<b>EASTPARC HOTEL</b>	EH	4	4	0
<b>Lynn Hotel by Horison Yogyakarta</b>	LYNN2	4,27	4	-0,27
<b>Hotel Horison Ultima Riss Yogyakarta</b>	URY3	4,32	4,04	-0,27
<b>pt bintang investasi bersama</b>	BIN	3,95	4,18	0,23
<b>Lynn Hotel</b>	LYN3	3,82	3,77	-0,05
<b>Grand zuri hotel</b>	GZH	3,82	3,82	0
<b>Pt best hotelindo (hotel horaios)</b>	PBH	4,59	3,09	-1,5
<b>eL Hotel Royale Yogyakarta</b>	ELR	2,55	2,59	0,04
<b>neo+ awana Yogyakarta</b>	NEO2	4,54	3,54	-1
<b>Hotel grandzuri malioboro YK</b>	HGM	3,86	3,95	0,09

Tabel 4.7 menunjukkan skor persepsi (tingkat kepentingan) dan skor penilaian (tingkat kinerja) dari *supplier* hotel. Berdasarkan hasil tersebut hanya 3 hotel yang menilai kualitas kinerja *supliernya* tidak sesuai ekspektasi. Hal ini ditunjukkan dengan gap yang tinggi dibandingkan

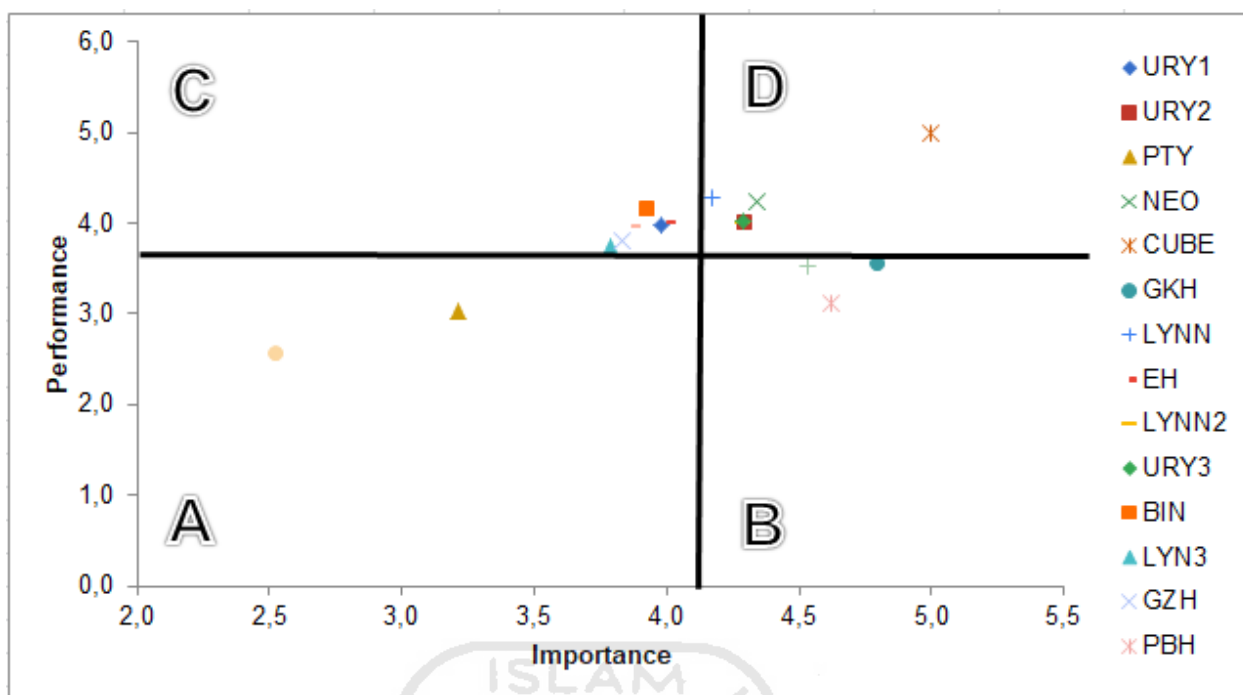
penilaian hotel lainnya. Ada 4 suplier yang mendapatkan penilaian lebih dari ekspektasi, dimana memiliki gap skor positif.

#### 4.3.2 Hasil Perhitungan IPA Matriks

Tabel 4. 8 Skor Importance-Performance Kualitas Pelayanan Suplier Hotel

ABR	Importance	Performance
URY1	4,0	4,0
URY2	4,3	4,0
PTY	3,2	3,0
NEO	4,3	4,2
CUBE	5,0	5,0
GKH	4,8	3,6
LYNN	4,2	4,3
EH	4,0	4,0
LYNN2	4,3	4,0
URY3	4,3	4,0
BIN	3,9	4,2
LYN3	3,8	3,7
GZH	3,8	3,8
PBH	4,6	3,1
ELR	2,5	2,6
NEO2	4,5	3,5
HGM	3,9	4,0
<b>Rata-Rata</b>	4,1	3,8

Tabel 4.8 disusun berdasarkan Tabel 4.7. Nilai yang ada Tabel 4.8 merupakan hasil rata-rata skor servqual kualitas pelayanan supplier hotel pada penilaian tingkat kepentingan dan kinerjanya. Dari hasil skor keseluruhan sampe diperoleh nilai rata rata untuk tingkat kepentingan (importance) dan tingkat kinerja (performance). Nilai rata-rata keseluruhan dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menjadi titik *cut off* untuk menentukan garis potong peta *performance-importance*. Nilai rata-rata importance adalah 4,1 yang artinya skor importance yang berada di bawah 4,1 adalah hotel yang memberikan penilaian tingkat kepentingan yang rendah terhadap supliernya. Sebaliknya skor di atas 4,1 menunjukkan hotel memberikan penilaian yang tinggi pada supliernya untuk tingkat kepentingan. Nilai rata-rata performance adalah 3,8 yang artinya skor performance yang berada di bawah 3,8 adalah hotel yang memberikan penilaian tingkat kinerja yang rendah terhadap supliernya. Sebaliknya skor di atas 3,8 menunjukkan hotel memberikan penilaian yang tinggi pada supliernya untuk tingkat kepentingan.



Gambar 4. 1 Peta Importance – Performance Aspek Kualitas Pelayanan Supplier Hotel

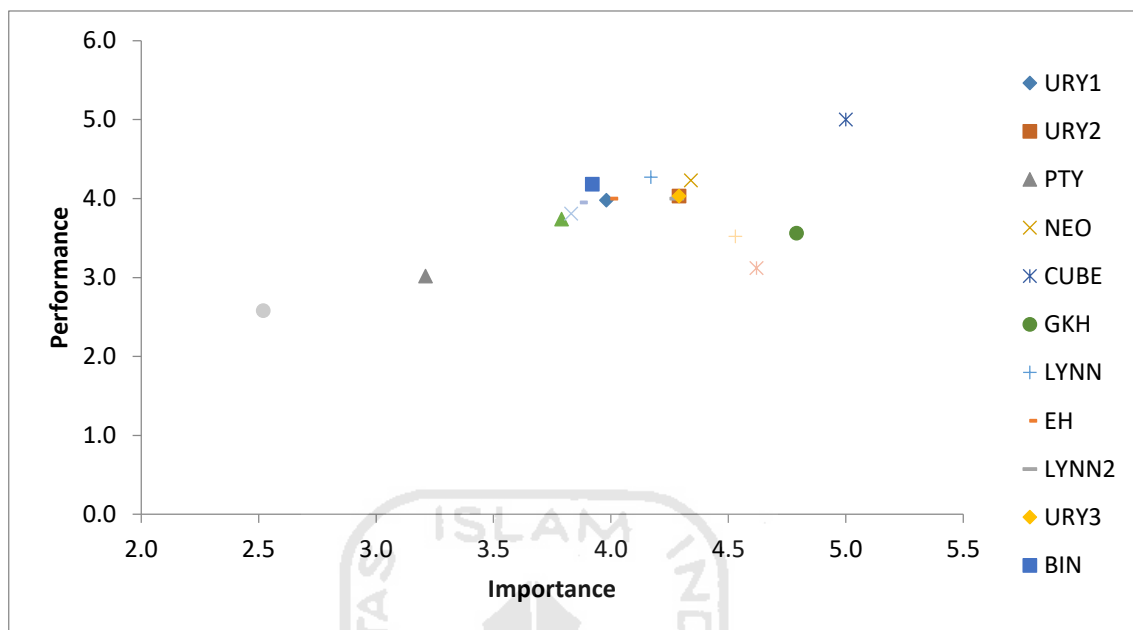
Gambar 4.1 menunjukkan peta *importance-performance* aspek kualitas pelayanan supplier hotel. Kuadran A menunjukkan kuadran dimana nilai *importance* dan *performance* di bawah standar penilaian. Kuadran B menunjukkan kuadran dimana nilai *importance* sudah baik namun *performance* masih di bawah standar. Kuadran C menunjukkan kuadran dimana *performance* sudah bagus, namun *importance* masih dibawah standard. Kuadran D adalah kuadran yang paling bagus, dimana tingkat kepentingan dan kinerja sudah di atas rata rata.

Berdasarkan peta *importance-performance* kuadran A ada 2 penilaian, di kuadran B ada 3 penilaian, di kuadran C ada 6 penilaian dan di kuadran D ada 5 penilaian. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa supplier yang memiliki kualitas pelayanan yang sudah bagus jumlahnya cukup banyak. Supplier hotel yang memiliki kinerja sudah bagus juga sudah banyak, yaitu ada 6. Ada 3 suplier harus meningkatkan kinerjanya dan hanya 2 suplier yang masih memiliki pelayanan yang belum memuaskan pihak hotel.

Berdasarkan hasil pada Gambar 4.1 dapat diketahui bahwa aspek *empathy* memiliki tingkat *importance-performance* berbeda. Berdasarkan analisis deskriptif sebelumnya, aspek empati menempati penilaian maupun ekspektasi yang rendah. Oleh karenanya dalam peta persepsi letaknya jauh dari aspek aspek lainnya. Dua aspek yang dinilai sama adalah aspek *assurance* dan *responsibility*. Dapat dilihat baik dalam penilaian secara deskriptif aspek *reliability* memiliki baik

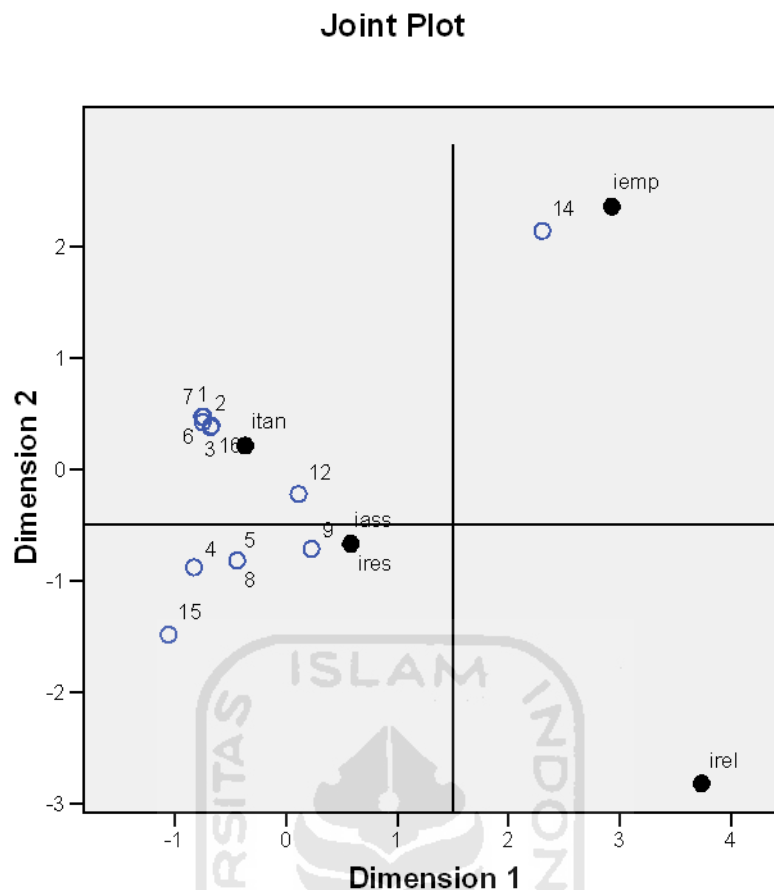


perspektif harapan maupun ekspektasi yang tinggi, demikian pula pada aspek *assurance*, oleh karenanya dua aspek ini dalam peta *importance performance* sangat berdekatan letaknya.



Gambar 4. 2 IPA Matriks

Berdasarkan hasil pada Gambar 4.2 dapat diketahui bahwa aspek *empathy* memiliki tingkat *importance-performance* berbeda. Berdasarkan analisis deskriptif sebelumnya, aspek empati menempati penilaian maupun ekspektasi yang rendah. Oleh karenanya dalam peta persepsi letaknya jauh dari aspek aspek lainnya. Dua aspek yang dinilai sama adalah aspek *assurance* dan *responsibility*. Dapat dilihat baik dalam penilaian secara deskriptif aspek *reliability* memiliki baik perspektif harapan maupun ekspektasi yang tinggi, demikian pula pada aspek *assurance*, oleh karenanya dua aspek ini dalam peta *importance performance* sangat berdekatan letaknya.



Gambar 4. 3 Peta Importance Performance Aspek Kualitas Hotel

Dari Gambar 4.3 jelas dapat dilihat ada penggabungan antara persepsi dan penilaian dari pihak hotel dan juga posisi dari aspek yang dinilai. Dari sini dapat kita jelaskan bahwa, sebagian besar hotel menilai aspek *responsiveness* dan *assurance* menjadi aspek yang mereka inginkan dari kualitas yang diberikan oleh *supplier*, kemudian disusul oleh aspek *tangible*. Aspek *reliability* dan aspek *empathy* menempati posisi paling jauh dari persepsi dan penilaian pihak hotel, sehingga dapat dikatakan bahwa dua aspek ini tidak terlalu dipertimbangkan oleh pihak hotel.

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### 5.1. Analisis Tingkat Kualitas Layanan

Pada Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi kualitas pelayanan *supplier* berdasarkan *service quality* (*reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*) berdasarkan persepsi *manager* hotel. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* (*reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*) terhadap kepuasan pelayanan *supplier* hotel. Untuk mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan *supplier* hotel.

Pada bab ini akan dilakukan analisis hasil pengolahan data, analisis yang terdiri dari analisis kualitas pelayanan dengan model *service quality* (*Servqual*). Dalam penelitian ini, dimensi-dimensi yang terkait dalam kualitas layanan suatu perusahaan adalah dimensi fisik (*Tangible*), dimensi kehandalan (*Reliability*), dimensi daya tanggap (*Responsiveness*), dimensi jaminan (*Assurance*), dan dimensi empati (*Empathy*). Kelima dimensi tersebut memiliki atribut-atribut di tiap dimensinya. Seluruh atribut pertanyaan yang diajukan kepada responden akan diuji datanya menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk menunjukkan apakah data tersebut valid dan reliabel atau tidak.

Dalam proses pengambilan data dan pengumpulan responden, peneliti mengalami kendala yang berdampak pada terhambatnya proses pengumpulan sampel responden terkait pengisian kuesioner yang dibagikan. Seperti waktu pengumpulan data yang harus tertunda dikarenakan terdapat pandemi Virus Covid-19. Industri Pariwisata merupakan salah satu bidang industri yang terkena dampak langsung dari adanya wabah pandemi tersebut, sehingga mengakibatkan beberapa hotel memilih untuk menutup sementara perusahaan mereka.

Hal tersebut berdampak langsung kepada peneliti terhadap waktu pengumpulan data, dengan estimasi pengumpulan data terlaksana pada tanggal 17 Maret 2020 sampai dengan 30 Maret 2020 hingga dapat terlaksana dan terpenuhi sepenuhnya pada tanggal 1 Juli 2020.

Tabel 5. 1 Tabel Perbandingan dan Gap Persepsi Kualitas Terhadap Kualitas Yang Diterima

Pertanyaan	Persepsi	Penilaian	Gap	Rank
<b>Tangible</b>				
1. Sistem distribusi up to date	4,12	4	-0,12	4
2. Memiliki tempat penyimpanan stok barang yang memadai	4,18	3,94	-0,24	10
3. Pegawai cekatan dan berseragam rapi	3,88	3,53	-0,35	14
4. Memiliki truk / kendaraan pengangkut yang besar	3,06	3,35	0,29	1
<b>Rata-rata Tangible</b>	<b>3,81</b>	<b>3,71</b>	<b>-0,11</b>	
<b>Reliability</b>				
5. Ketepatan pengiriman barang adalah hal utama	4,35	3,94	-0,41	16
6. Setiap ada permasalahan selalu ditanggapi dengan segera	4,35	3,94	-0,41	16
7. Mampu diandalkan dalam setiap situasi	4,06	3,76	-0,29	11
8. Harus mampu memberikan layanan seperti yang sudah disepakati	4,53	4,12	-0,41	17
9. Harus memberikan catatan dengan akurat	4,59	3,88	-0,71	20
<b>Rata-rata Reliability</b>	<b>4,38</b>	<b>3,93</b>	<b>-0,45</b>	
<b>Responsiveness</b>				
10. Menerangkan dengan jelas kapan barang akan dihantar	4,24	4,12	-0,12	5
11. Karyawan sangat cakap dan cekatan dalam bekerja	4,12	3,76	-0,35	15
12. Karyawan selalu mampu memberikan solusi jika terjadi masalah pengiriman	3,94	3,71	-0,23	8
13. Selalu merespon dengan cepat setiap permintaan	4,18	3,76	-0,41	18
<b>Rata-rata Responsiveness</b>	<b>4,12</b>	<b>3,84</b>	<b>-0,28</b>	
<b>Assurance</b>				
14. Dapat dipercaya dalam setiap pelayanan	4,41	3,88	-0,53	19
15. Terjamin keamanan dalam setiap transaksi	4,24	3,94	-0,30	12
16. Karyawan sangat sopan dalam melakukan pelayanan	4,12	3,82	-0,30	13
17. Karyawan mendapatkan dukungan penuh dari perusahaan	3,94	3,71	-0,23	9
<b>Rata-rata Assurance</b>	<b>4,18</b>	<b>3,84</b>	<b>-0,34</b>	
<b>Empathy</b>				
18. Selalu memberikan perhatian khusus kepada konsumen	3,82	3,65	-0,17	6
19. Karyawan mau memberikan perhatian bila terdapat masalah pada barang	3,76	3,76	0	3
20. Karyawan memahami kebutuhan konsumen	3,76	3,94	0,18	2
21. Memberikan pelayanan dengan sepenuh hati	4,18	4,00	0,18	2

22. Memiliki jam kerja yang jelas	4,18	3,71	-0,47	7
<b>Rata-rata <i>Empathy</i></b>	<b>3,94</b>	<b>3,81</b>	<b>-0,06</b>	
<b>Rata-rata seluruh dimensi</b>	<b>4,1</b>	<b>3,83</b>	<b>-0,24</b>	

Tabel 5.1 merupakan tabel skor persepsi kualitas yang diharapkan oleh pihak hotel terkait kualitas pelayanan dari *supplier*. Skor ini dihitung dari total skor dari setiap aspek variabel SERVQUAL dibagi dengan jumlah pertanyaan yang ada dalam aspek variabel tersebut. Contoh, skor Hotel Horison Ultima Riss Yogyakarta (URY1) pada aspek *tangible* adalah 14. Jumlah pertanyaan untuk aspek *tangible* adalah 4 dengan demikian skor *tangible* untuk URY1 adalah 3,5.

Empat aspek dalam variabel *responsiveness* sudah mendekati ekspektasi dengan aspek terbaik adalah menerangkan kejelasan barang akan diantarkan dan yang memiliki gap tertinggi (-7) ada pada respon dengan cepat setiap permintaan. Demikian pula pada aspek *assurance* sudah mendekati ekspektasi, dengan gap terendah pada aspek dukungan perusahaan dan gap tertinggi pada aspek dipercaya dalam layanan. Aspek *empathy* memenuhi kebutuhan konsumen sudah melebihi ekspektasi dan aspek karyawan mau memperhatikan ketika ada masalah pada barang sudah memenuhi ekspektasi. Sedangkan aspek lainnya sudah mendekati ekspektasi.

Kuesioner yang disusun sudah melalui tahap identifikasi atribut terkait karakteristik kepuasan dari pihak hotel selaku pelanggan pasok serta referensi dari penelitian terdahulu sehingga tercipta kuesioner yang memiliki 22 atribut (Tabel 5.1) dengan kesesuaian 5 dimensi RATER. Jumlah atribut di masing-masing dimensi diantaranya 4 atribut *tangibles*, 5 atribut *reliability*, 4 atribut *responsiveness*, 5 atribut *assurance*, dan 4 atribut *emphaty*. Kemudian kuesioner yang telah disusun akan diterapkan ke masing-masing laboratorium sehingga dapat diketahui seberapa besar tingkat kualitas pelayanan dari penilaian mahasiswa. Terlebih lagi dengan dilaksanakan penyusunan ulang kuesioner, telah menghasilkan suatu standarisasi dari detail penilaian terkait kualitas pelayanan di lingkungan laboratorium. Manfaat yang akan diterima dari penyusunan ini adalah hasil dari penilaian dan pengolahan dapat menggambarkan tingkatan dari pelayanan yang telah diperoleh kemudian digunakan sebagai perbandingan tingkat kepuasan antar laboratorium (*benchmarking*). Perbandingan tersebut akan dijadikan sebagai acuan laboratorium yang kualitas pelayanannya lebih rendah serta mengetahui perbaikan apa yang harus dilakukan oleh laboratorium berdasarkan atribut yang memiliki permasalahan. Objek yang dijadikan sebagai perbandingan pada permasalahan kualitas pelayanan adalah laboratorium yang memiliki penilaian lebih baik sehingga tujuan yang diharapkan dari penyusunan kuesioner ini terkait kualitas pelayanan yang sama dan merata di jurusan Teknik Industri dapat tercapai.

Berdasarkan hasil analisis data dari 16 hotel berbintang tiga sampai dengan lima di Kota Yogyakarta dapat diulas beberapa hal penting dari hasil yang diperoleh sesuai dengan hasil kuesioner yang telah disebar. Kuesioner telah dilampirkan pada akhir makalah ini. Berikut adalah aspek aspek ulasannya.

## 5.2. Analisis Servqual Tiap Dimensi

### 1. Tangible

Aspek *tangible* adalah semua aspek dalam pelayanan yang nampak, dapat dilihat, didengar, dirasakan panca indra. Pada penelitian ini aspek *tangible* yang dinilai terkait kualitas pelayanan *supplier* adalah sistem distribusi, tempat penyimpanan stok barang, kecekatan dan penampilan serta kendaraan pengangkutan. Berdasarkan hasil diperoleh aspek *tangible* memiliki persepsi kualitas pelayanan atau kualitas pelayanan yang diharapkan tidak begitu tinggi, namun demikian dalam ekspektasinya dapat memenuhi harapan dari pihak hotel.

Hasil dari peta persepsi menunjukkan aspek *tangible* banyak dinilai sebagai aspek yang penting dan berpengaruh pada kualitas pelayanan. Beberapa hotel yang menjadi responden penelitian menilai aspek *tangible* sebagai aspek yang penting dan perlu memiliki kinerja baik, meskipun dalam penilaiannya tidak memiliki skor yang tinggi. Penjelasan akan hal ini adalah aspek *tangible* ada aspek mendasar dalam kualitas pelayanan *supplier* hotel, sehingga tidak perlu ditekankan lagi bagi pihak hotel dalam memilih *supplier* berdasarkan aspek *tangible*.

### 2. Responsiveness

Aspek *responsiveness* meliputi kejelasan penghantaran barang, cakap dan cekatan dalam bekerja, memberikan solusi soal pengiriman, dan merespon cepat setiap permintaan. Aspek *responsiveness* dipandang menjadi aspek ketiga yang penting ada dalam pelayanan *supplier*. Baik dalam tingkat ekspektasi dan kualitas kinerja dari *supplier* pada aspek *responsiveness* sudah dinilai baik oleh pihak hotel.

Berdasarkan peta persepsi *responsiveness* juga menjadi salah satu aspek yang dianggap sebagai aspek mendasar dalam pelayanan *supplier* kepada pihak hotel. Aspek ini dipandang menjadi sesuatu yang mampu membuat pelayanan hotel kepada pelanggan berjalan lancar

### 3. Assurance

Aspek *assurance* meliputi kepercayaan dalam pelayanan, keamanan bertransaksi, kesopanan, dan dukungan penuh dari perusahaan. Aspek *assurance* menjadi aspek kedua terpenting yang mendapatkan penilaian baik dari pihak hotel. Baik dalam tingkat ekspektasi pihak hotel dan dalam kualitas kinerja yang diberikan oleh pihak *supplier* pun mendapatkan penilaian tinggi dari pihak hotel.

Di dalam peta persepsi, aspek *assurance* memiliki penilaian yang baik pula. Posisi dari aspek *assurance* yang berdekatan dengan aspek *responsiveness* menunjukkan bahwa dua aspek ini saling terkait satu sama lain. Artinya, berdasarkan penilaian pihak hotel, *supplier* harus memberikan kualitas pelayanan yang sama dalam aspek *responsiveness* dan *assurance*.

### 4. Empathy

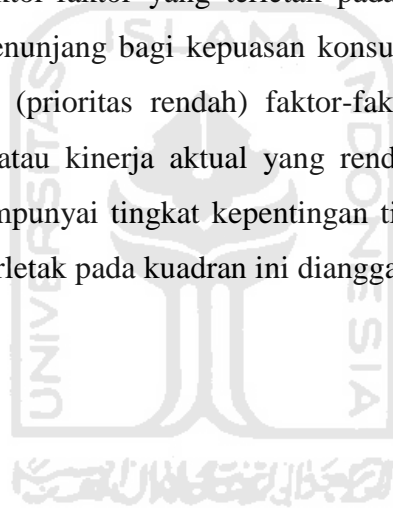
Aspek *empathy* terdiri dari memberikan perhatian khusus, perhatian bila terjadi masalah dalam pengiriman barang, memahami kebutuhan konsumen, pelayanan sepenuh hati, dan jam kerja yang jelas. Pada aspek *empathy* dalam penilaian pihak hotel untuk tingkat ekspektasi dan kinerja sudah cukup bagus. Dalam pelayanannya pun sudah dipandang memenuhi ekspektasi pihak hotel.

Pada peta persepsi, aspek *empathy* memiliki posisi terpisah dari aspek lain. Sebagaimana aspek *reliability* yang letaknya jauh dari aspek seperti *tangible*, *responsiveness* dan *assurance*. Dalam hal ini, aspek *emphaty* oleh pihak hotel dapat dipandang sebagai aspek penunjang pelayanan dari *supplier*.

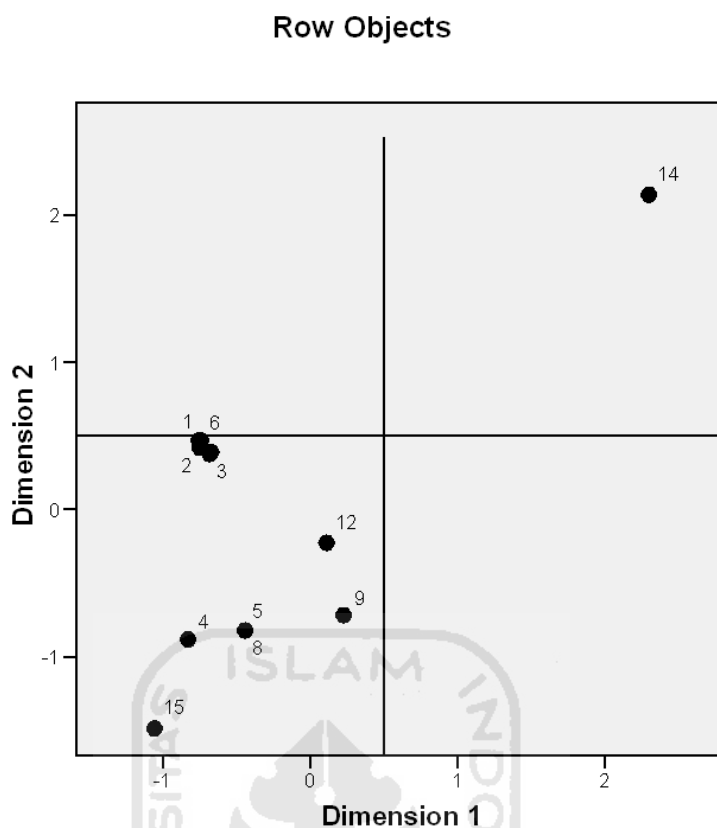
### 5.3. Analisis *Importance Performance Analysis*

Analisis Diagram Kartesius ini merupakan suatu diagram yang dibagi kedalam empat kuadran yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan dalam melakukan evaluasi kualitas layanan berdasarkan tingkat kinerja dan harapan pelanggan. Pada analisis tingkat kepentingan, dilakukan pembagian menjadi empat kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan.

Kuadran A mempunyai tingkat kepentingan sangat penting merupakan prioritas untuk ditingkatkan (prioritas utama) faktor-faktor yang terletak dalam kuadran ini dianggap sebagai faktor yang penting dan atau diharapkan oleh konsumen tetapi kondisi kinerja dan atau kinerja aktual yang ada pada saat ini belum memuaskan, kuadran B mempunyai tingkat kepentingan penting (prioritas kedua) faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang bagi kepuasan konsumen, kuadran C mempunyai tingkat kepentingan kurang penting (prioritas rendah) faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat kinerja atau kinerja aktual yang rendah sekaligus dianggap tidak terlalu penting, dan kuadran D mempunyai tingkat kepentingan tidak terlalu penting (prioritas sangat rendah) faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan.







Gambar 5. 1 Sebaran Persepsi dan Penilaian Pihak Hotel

Gambar 5.1 menunjukkan sebaran persepsi dan penilaian kualitas pelayanan *supplier* oleh pihak hotel. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa empat hotel memiliki persepsi yang dapat dikatakan sama, yaitu responden nomor 1, 2, 3 dan 6. Sedangkan enam hotel meskipun tidak memiliki persamaan dalam persepsi dan penilaian kualitas pelayanan *supplier*, namun memiliki gap tidak jauh satu sama lain, yaitu responden nomor 4, 5, 8, 9, 12, dan 15. Sedangkan persepsi dan penilaian kualitas pelayanan *supplier* oleh pihak hotel yang benar benar berbeda hanya satu pada responden nomor 16.

Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan harus mempertimbangkan kembali atribut yang masuk dalam kuadran ini karena dirasakan terlalu berlebihan. Untuk itu sebaiknya kinerja yang ada pada kedua atribut diatas tidak perlu terlalu tinggi, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak begitu mementingkan pelayanan pada atribut tersebut. Usaha peningkatan kualitas pelayanan dialihkan pada beberapa atribut yang dirasa sangat dipentingkan oleh pelanggan tetapi kinerjanya masih terasa kurang.

#### 5.4. Kekurangan Penelitian

Kekurangan dan kelemahan ada pada penelitian ini, maka peneliti menjabarkan beberapa kekurangan dan kelemahan sebagai bahan pertimbangan penelitian selanjutnya:

- a. Kelemahan penelitian ini ada pada terbatasnya jumlah pemilihan data testing. Hasil responden 16 hotel berbintang tiga sampai dengan bintang lima di Yogyakarta dirasa masih kurang dan masih bisa diperbanyak mewakili nilai rata-rata tingkat kepuasan pelayanan layanan setiap *supplier*. Hal ini diakibatkan oleh waktu pengambilan data yang terbatas dan adanya pandemi Covid-19 mengakibatkan terbatasnya peneliti dalam model pengambilan data.
- b. Penggunaan metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* untuk penilaian tingkat kepuasan pada industri *supplier* perhotelan di Yogyakarta yang lebih banyak didominasi oleh hotel berbintang tidak dapat menjamin metode ini bisa diterapkan dengan baik pada hotel non-bintang dikarenakan tingkat kebutuhan hotel non-bintang yang tidak sebanyak hotel berbintang maka pemenuhan kebutuhan harian hotel non-bintang dilakukan dengan pembelian langsung tanpa pemilihan lelang *tender supply*.

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian dan hasil analisis maka dapat disampaikan kesimpulan penelitian sebagai berikut.

1. Persepsi pihak hotel, dalam hal ini *Manager* hotel terhadap kualitas pelayanan *supplier* dalam aspek *reliability*, *assurance*, dan *responsiveness* cukup tinggi. Dengan penilaian bahwa aspek *reliability* sebagai aspek yang paling tinggi, kemudian disusul oleh aspek *assurance* dan *responsiveness*.
2. Faktor yang dianggap mempengaruhi kualitas pelayanan *supplier* adalah aspek *reliability*, *responsiveness* dan *assurance*, cukup tinggi dari pihak *supplier*, yang mana aspek *reliability*, *assurance*, dan *responsiveness* tersebut memiliki gap yang kecil. Berdasarkan table hasil olah data didapatkan angka gap untuk *reliability*

#### 6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian maka dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut.

1. Untuk memenuhi kepuasan pelayanan bagi pihak hotel, maka *supplier* harus memperhatikan aspek *reliability*, aspek *responsiveness* dan aspek *assurance*. Pihak *supplier* harus mempertahankan ketiga aspek ini dalam tingkat kualitas yang baik.
2. Aspek *tangible* dan aspek *empathy* meskipun tidak dipandang sebagai aspek wajib yang diinginkan oleh pihak hotel, namun juga harus tetap dijaga kualitas pelayanannya. Kedua aspek ini dapat menjadi nilai tambah bagi *supplier* dalam persaingan.

3. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini dalam sebuah analisis dikaitkan langsung dengan variabel kepuasan, baik dengan model regresi ataupun model analisis lain yang relevan.

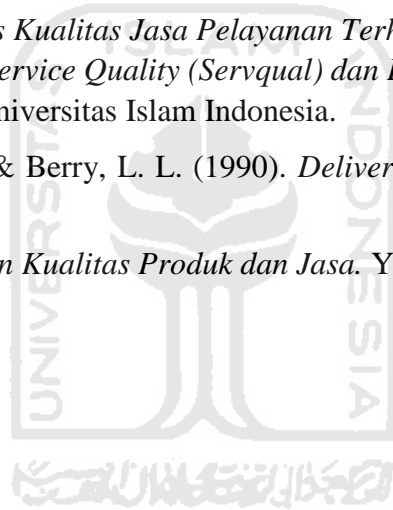


## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryani, D., & Febrina, R. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi Vol. 17*, 2.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. (2019). *Statistik Pelanggan Hotel Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta: Pusat : Badan Pusat Statistik.
- Cooper, D., & William, E. (2005). *Business Research Methods*. Boston: Richard D Irwin Inc.
- Elmas, M. S. (2017). *Pengendalian Kualitas Dengan Menggunakan Metode Statistical Quality Control ( SQC ) Untuk Meminimumkan Produk Gagal pada Toko Roti Barokah Bakery*. Lumajang: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama .
- Garvin, & Darwis. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu Terjemahan M.N. Nasution*. Jakarta: Erlangga.
- Hadi, S. (2002). *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Harto, B. (2015). *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Fuzzy Servqual Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus di Bengkel Resmi BAJAJ Padang)*. Padang: STMIK Jayanusa.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok - Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hughes, O. (1994). *Public Management and Administration : An Introduction*. New York: Macmillan Press.
- Husein, U. (2003). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management Edisi Milenium*. New Jersey: Prentice Hall Int.
- Kotler, P., & Amstrong. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 187.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Kesembilan, Jilid 1*. Jakarta: Alexander Sindoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1. Edisi 13*. Jakarta: Bob Sabran.
- Lovelock, C., & Wright, L. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Kelompok Gramedia Indeks.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Mariska, Z. H., & Shihab, M. S. (2016). Pengaruh Dimensi Service Quality Terhadap Kepuasan Tamu Hotel dan Dampaknya Terhadap Behaviour Intention. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Vol 14 No 2.
- Muhdi, Nurkolis, & Widodo. (2017). Teknik Pengambilan Keputusan Dalam Menentukan Model Manajemen Pendidikan Menengah. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 135-145.
- Munhurrun, P. R., Bhiwajee, S. D., & Naidoo, P. (2010). Service Quality in the Public Service. *International Journal of Management and Marketing Research Vol. 3*, 37-50.
- Parasuraman, A. (2014). *The Behaviorial Consequences of Service Quality*. New Jersey: Prentice Hall.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Retailing and Marketing Journal*, 12-40.
- Prananda, Y., Lucitasari, D. R., & Khannan, A. S. (2019). *Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan*. Yogyakarta: Jurnal Optimasi Sistem.
- Purnaningsih, P. R. (2019). *Pengukuran Kepuasan Pelanggan Hotel XYZ Menggunakan Metode Servqual dan Importance Performance Analysis (IPA)*. Tanjungpura: Teknik Elektro Universitas Tanjungpura.
- Rachmawati, H. (2010). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Laboratorium Dinas Kesehatan Kota Surakarta*. Surakarta: Tesis tidak dipublikasikan.
- Rangkuti, F. (2003). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Shahputra, R. (2019). *Analisis Kualitas Pelayanan di Hotel Puri Inn Jakarta*. Bandung: Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- Sihite, R. (2000). *Tourism Industry ( Kepariwisataaan)*. Surabaya: Penerbit SIC.
- Stevenson, W. J. (2002). *Operations Management*. New York: Boston McGraw-Hill Irwin 2002.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suryabrata, S. (2005). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Susanto, A. (2011). *Pengukuran Kualitas Jasa Bengkel Sepeda Motor SM di Kota Padang dengan Metode Servqual*. Padang: Universitas Andalas .
- Susepti, A., Hamid, D., & Kusumawati, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Tamu Hotel. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 50 No. 5.
- Sutrisno, H. (2004). *Metodologi Research 2*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Swastha, B., & Irawan. (2001). *Manajemen Pasar Modern Edisi Kedua Cetakan Kesembilan*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). *Service, Citra Wisata dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Triwibowo, S. (2014). Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada Kawasan Wisata Kawah Putih Perum Perhutani Jawa Barat dan Banten dengan Menggunakan Metode Service Quality. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, Vol 2, No 1.
- Udiyono, A. (2007). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT Indeks.
- Zankie, A. S. (2018). *Analisis Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Metode Service Quality (Servqual) dan Importance Performance Analysis (IPA)*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Zeithaml, V., Parasuraman, & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service*. New York: The Free Press.
- Zulian, Y. (2001). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.



**LAMPIRAN**



## Draft Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dalam rangka memenuhi persyaratan pembuatan Tugas Akhir studi Sarjana saya di Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia, maka sehubungan dengan hal tersebut, saya Muhammad Raidy Prasetiawan, memohon kesediaan Bapak / Ibu untuk dapat mengisi kuesioner yang tersedia untuk mendapatkan data agar dapat menunjang penelitian yang saya lakukan. Saya menjamin kerahasiaan atas jawaban yang Anda berikan. Jawaban survey ini tidak terpublikasikan hanya untuk keperluan riset.

Kuesioner ini terdiri dari dua bagian dan setiap bagian terdapat petunjuk pengerjaan. Diharapkan Bapak / Ibu dapat mengisi kuesioner ini sendiri dan dengan sungguh-sungguh, karena setiap jawaban yang diberikan dalam kuesioner ini akan sangat bermanfaat bagi penelitian yang saya lakukan.

Untuk perhatian dan dukungan yang Bapak / Ibu berikan, saya ucapkan Terima kasih.

\* Required

Draft Kuesioner Penelitian

Draft Kuesioner Penelitian

Draft Kuesioner Penelitian

Data  
Diri

Bapak / Ibu diminta untuk mengisi data di bawah ini dengan jelas. Kami sangat mengharapkan dan sangat menghargai kejujuran dalam mengisi angket ini. KAMI MENJAMIN KERAHASIAAN JAWABAN BAPAK / IBU. Sebelumnya kami mengucapkan banyak terima kasih atas kesediaan dan kerjasama yang Bapak / Ibu berikan. Terima Kasih.

1. Nama Perusahaan \*

---

2. Jabatan \*

---

8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 3. Masa Kerja \*

Pertanyaan Servqual  
Kualitas

Pada 22 pertanyaan servqual berikut ditujukan untuk menilai persepsi anda dalam kualitas supplier.

## Tangible

Merupakan segala sesuatu yang memengaruhi kualitas layanan kepada pelanggan

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju

## 4. Tangible \*

Mark only one oval per row.

	STS	TS	N	S	SS
Sistem distribusi up to date	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Memiliki tempat penyimpanan stok barang yang memadai	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pegawai cekatan dan berseragam rapi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Memiliki truk / kendaraan pengangkut yang besar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Reliability

Merupakan kemampuan perusahaan memberikan layanan secara akurat.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju

8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 5. Reliability \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Ketepatan pengiriman barang adalah hal utama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Setiap ada permasalahan selalu ditanggapi dengan segera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mampu diandalkan dalam setiap situasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harus mampu memberikan layanan seperti yang sudah disepakati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harus memberikan catatan dengan akurat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Responsiveness**

Merupakan bentuk tindakan perusahaan dalam merespons pelanggan secara tepat waktu.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 6. Responsiveness \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Menerangkan dengan jelas kapan barang akan dihantar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan sangat cakap dan cekatan dalam bekerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan selalu mampu memberikan solusi jika terjadi masalah pengiriman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Selalu merespon dengan cepat setiap permintaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Assurance

Merupakan kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan di mata pelanggan melalui keramahan dan pengetahuan staf dalam melayani.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju

## 7. Assurance \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Dapat dipercaya dalam setiap pelayanan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Terjamin keamanan dalam setiap transaksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan sangat sopan dalam melakukan pelayanan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan mendapatkan dukungan penuh dari perusahaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

**Emphaty**

Merupakan perhatian perusahaan pada pelanggannya.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju

**8. Emphaty \****Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Selalu memberikan perhatian khusus kepada konsumen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan mau memberikan perhatian bila terdapat masalah pada barang	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan memahami kebutuhan konsumen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Memberikan pelayanan dengan sepenuh hati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Memiliki jam kerja yang jelas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Pertanyaan  
Servqual  
Kinerja**

Pada 22 pertanyaan servqual berikut ditujukan untuk menilai kinerja yang diberikan supplier anda dalam memberikan pelayanan.

**Tangible**

Merupakan segala sesuatu yang memengaruhi kualitas layanan kepada pelanggan

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju

8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 9. Tangible \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Supplier kami memiliki sistem distribusi yang up to date	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki tempat penyimpanan stok barang yang memadai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pegawai supplier kami cekatan dan berseragam rapi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki truk / kendaraan pengangkut yang besar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Reliability**

Merupakan kemampuan perusahaan memberikan layanan secara akurat.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 10. Reliability \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Supplier kami tepat dalam pengiriman barang adalah hal utama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Setiap ada permasalahan, supplier kami selalu ditanggapi dengan segera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami mampu diandalkan dalam setiap situasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami mampu memberikan layanan seperti yang sudah disepakati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memberikan catatan dengan akurat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Responsiveness**

Merupakan bentuk tindakan perusahaan dalam merespons pelanggan secara tepat waktu.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 11. Responsiveness \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Supplier kami menerangkan dengan jelas kapan barang akan dihantar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan sangat cakap dan cekatan dalam bekerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan yang selalu mampu memberikan solusi jika terjadi masalah pengiriman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami selalu merespon dengan cepat setiap permintaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Assurance**

Merupakan kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan di mata pelanggan melalui keramahan dan pengetahuan staf dalam melayani.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju





8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 12. Assurance \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Supplier kami dapat dipercaya dalam setiap pelayanan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami terjamin keamanannya dalam setiap transaksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan yang sangat sopan dalam melayani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan yang mendapatkan dukungan penuh dari perusahaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Emphaty**

Merupakan perhatian perusahaan pada pelanggannya.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 13. Emphaty\*

Mark only one oval per row.

	STS	TS	N	S	SS
Supplier kami selalu memberikan perhatian khusus pada konsumen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan yang mau memberikan perhatian bila ada masalah pada barang	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan yang memahami kebutuhan konsumen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memberikan pelayanan dengan sepenuh hati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki jam kerja yang jelas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Data Diri

Bapak / Ibu diminta untuk mengisi data di bawah ini dengan jelas. Kami sangat mengharapkan dan sangat menghargai kejujuran dalam mengisi angket ini. KAMI MENJAMIN KERAHASIAAN JAWABAN BAPAK / IBU. Sebelumnya kami mengucapkan banyak terima kasih atas kesediaan dan kerjasama yang Bapak / Ibu berikan. Terima Kasih.

## 14. Nama Perusahaan \*

---

## 15. Jabatan \*

---

## 16. Masa Kerja \*

---

8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

### Pertanyaan Servqual Kualitas

Pada 22 pertanyaan servqual berikut ditujukan untuk menilai persepsi anda dalam kualitas supplier.

#### Tangible

Merupakan segala sesuatu yang memengaruhi kualitas layanan kepada pelanggan

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju

#### 17. Tangible \*

Mark only one oval per row.

	STS	TS	N	S	SS
Sistem distribusi up to date	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Memiliki tempat penyimpanan stok barang yang memadai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pegawai cekatan dan berseragam rapi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Memiliki truk / kendaraan pengangkut yang besar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### Reliability

Merupakan kemampuan perusahaan memberikan layanan secara akurat.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju

8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 18. Reliability \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Ketepatan pengiriman barang adalah hal utama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Setiap ada permasalahan selalu ditanggapi dengan segera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mampu diandalkan dalam setiap situasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harus mampu memberikan layanan seperti yang sudah disepakati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harus memberikan catatan dengan akurat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Responsiveness**

Merupakan bentuk tindakan perusahaan dalam merespons pelanggan secara tepat waktu.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 19. Responsiveness \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Menerangkan dengan jelas kapan barang akan dihantar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan sangat cakap dan cekatan dalam bekerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan selalu mampu memberikan solusi jika terjadi masalah pengiriman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Selalu merespon dengan cepat setiap permintaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Assurance**

Merupakan kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan di mata pelanggan melalui keramahan dan pengetahuan staf dalam melayani.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 20. Assurance \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Dapat dipercaya dalam setiap pelayanan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Terjamin keamanan dalam setiap transaksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan sangat sopan dalam melakukan pelayanan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan mendapatkan dukungan penuh dari perusahaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Emphaty**

Merupakan perhatian perusahaan pada pelanggannya.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 21. Emphaty\*

Mark only one oval per row.

	STS	TS	N	S	SS
Selalu memberikan perhatian khusus kepada konsumen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan mau memberikan perhatian bila terdapat masalah pada barang	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan memahami kebutuhan konsumen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Memberikan pelayanan dengan sepenuh hati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Memiliki jam kerja yang jelas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Pertanyaan  
Servqual  
Kinerja**

Pada 22 pertanyaan servqual berikut ditujukan untuk menilai kinerja yang diberikan supplier anda dalam memberikan pelayanan.

**Tangible**

Merupakan segala sesuatu yang memengaruhi kualitas layanan kepada pelanggan

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 22. Tangible \*

Mark only one oval per row.

	STS	TS	N	S	SS
Supplier kami memiliki sistem distribusi yang up to date	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki tempat penyimpanan stok barang yang memadai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pegawai supplier kami cekatan dan berseragam rapi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki truk / kendaraan pengangkut yang besar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Reliability**

Merupakan kemampuan perusahaan memberikan layanan secara akurat.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju





8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 23. Reliability \*

Mark only one oval per row.

	STS	TS	N	S	SS
Supplier kami tepat dalam pengiriman barang adalah hal utama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Setiap ada permasalahan, supplier kami selalu ditanggapi dengan segera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami mampu diandalkan dalam setiap situasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami mampu memberikan layanan seperti yang sudah disepakati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memberikan catatan dengan akurat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Responsiveness

Merupakan bentuk tindakan perusahaan dalam merespons pelanggan secara tepat waktu.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 24. Responsiveness \*

Mark only one oval per row.

	STS	TS	N	S	SS
Supplier kami menerangkan dengan jelas kapan barang akan dihantar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan sangat cakap dan cekatan dalam bekerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan yang selalu mampu memberikan solusi jika terjadi masalah pengiriman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami selalu merespon dengan cepat setiap permintaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Assurance**

Merupakan kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan di mata pelanggan melalui keramahan dan pengetahuan staf dalam melayani.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 25. Assurance \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Supplier kami dapat dipercaya dalam setiap pelayanan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami terjamin keamanannya dalam setiap transaksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan yang sangat sopan dalam melayani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan yang mendapatkan dukungan penuh dari perusahaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Emphaty**

Merupakan perhatian perusahaan pada pelanggannya.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 26. Emphaty\*

Mark only one oval per row.

	STS	TS	N	S	SS
Supplier kami selalu memberikan perhatian khusus pada konsumen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan yang mau memberikan perhatian bila ada masalah pada barang	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan yang memahami kebutuhan konsumen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memberikan pelayanan dengan sepenuh hati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki jam kerja yang jelas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Data Diri

Bapak / Ibu diminta untuk mengisi data di bawah ini dengan jelas. Kami sangat mengharapkan dan sangat menghargai kejujuran dalam mengisi angket ini. KAMI MENJAMIN KERAHASIAAN JAWABAN BAPAK / IBU. Sebelumnya kami mengucapkan banyak terima kasih atas kesediaan dan kerjasama yang Bapak / Ibu berikan. Terima Kasih.

## 27. Nama Perusahaan \*

---

## 28. Jabatan \*

---

## 29. Masa Kerja \*

---

8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

### Pertanyaan Servqual Kualitas

Pada 22 pertanyaan servqual berikut ditujukan untuk menilai persepsi anda dalam kualitas supplier.

#### Tangible

Merupakan segala sesuatu yang memengaruhi kualitas layanan kepada pelanggan

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju

#### 30. Tangible \*

Mark only one oval per row.

	STS	TS	N	S	SS
Sistem distribusi up to date	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Memiliki tempat penyimpanan stok barang yang memadai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pegawai cekatan dan berseragam rapi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Memiliki truk / kendaraan pengangkut yang besar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### Reliability

Merupakan kemampuan perusahaan memberikan layanan secara akurat.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju

8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 31. Reliability \*

Mark only one oval per row.

	STS	TS	N	S	SS
Ketepatan pengiriman barang adalah hal utama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Setiap ada permasalahan selalu ditanggapi dengan segera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mampu diandalkan dalam setiap situasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harus mampu memberikan layanan seperti yang sudah disepakati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harus memberikan catatan dengan akurat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Responsiveness

Merupakan bentuk tindakan perusahaan dalam merespons pelanggan secara tepat waktu.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 32. Responsiveness \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Menerangkan dengan jelas kapan barang akan dihantar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan sangat cakap dan cekatan dalam bekerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan selalu mampu memberikan solusi jika terjadi masalah pengiriman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Selalu merespon dengan cepat setiap permintaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Assurance**

Merupakan kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan di mata pelanggan melalui keramahan dan pengetahuan staf dalam melayani.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 33. Assurance \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Dapat dipercaya dalam setiap pelayanan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Terjamin keamanan dalam setiap transaksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan sangat sopan dalam melakukan pelayanan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan mendapatkan dukungan penuh dari perusahaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Emphaty**

Merupakan perhatian perusahaan pada pelanggannya.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju





8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 34. Emphaty\*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Selalu memberikan perhatian khusus kepada konsumen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan mau memberikan perhatian bila terdapat masalah pada barang	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan memahami kebutuhan konsumen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Memberikan pelayanan dengan sepenuh hati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Memiliki jam kerja yang jelas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Pertanyaan  
Servqual  
Kinerja**

Pada 22 pertanyaan servqual berikut ditujukan untuk menilai kinerja yang diberikan supplier anda dalam memberikan pelayanan.

**Tangible**

Merupakan segala sesuatu yang memengaruhi kualitas layanan kepada pelanggan

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 35. Tangible \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Supplier kami memiliki sistem distribusi yang up to date	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki tempat penyimpanan stok barang yang memadai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pegawai supplier kami cekatan dan berseragam rapi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki truk / kendaraan pengangkut yang besar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Reliability**

Merupakan kemampuan perusahaan memberikan layanan secara akurat.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 36. Reliability \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Supplier kami tepat dalam pengiriman barang adalah hal utama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Setiap ada permasalahan, supplier kami selalu ditanggapi dengan segera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami mampu diandalkan dalam setiap situasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami mampu memberikan layanan seperti yang sudah disepakati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memberikan catatan dengan akurat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Responsiveness**

Merupakan bentuk tindakan perusahaan dalam merespons pelanggan secara tepat waktu.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 37. Responsiveness \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Supplier kami menerangkan dengan jelas kapan barang akan dihantar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan sangat cakap dan cekatan dalam bekerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan yang selalu mampu memberikan solusi jika terjadi masalah pengiriman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami selalu merespon dengan cepat setiap permintaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Assurance**

Merupakan kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan di mata pelanggan melalui keramahan dan pengetahuan staf dalam melayani.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 38. Assurance \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Supplier kami dapat dipercaya dalam setiap pelayanan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami terjamin keamanannya dalam setiap transaksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan yang sangat sopan dalam melayani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan yang mendapatkan dukungan penuh dari perusahaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Emphaty**

Merupakan perhatian perusahaan pada pelanggannya.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



39. Emphaty\*

Mark only one oval per row.

	STS	TS	N	S	SS
Supplier kami selalu memberikan perhatian khusus pada konsumen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan yang mau memberikan perhatian bila ada masalah pada barang	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan yang memahami kebutuhan konsumen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memberikan pelayanan dengan sepenuh hati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki jam kerja yang jelas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Data Diri

Bapak / Ibu diminta untuk mengisi data di bawah ini dengan jelas. Kami sangat mengharapkan dan sangat menghargai kejujuran dalam mengisi angket ini. KAMI MENJAMIN KERAHASIAAN JAWABAN BAPAK / IBU. Sebelumnya kami mengucapkan banyak terima kasih atas kesediaan dan kerjasama yang Bapak / Ibu berikan. Terima Kasih.

40. Nama Perusahaan \*

\_\_\_\_\_

41. Jabatan \*

\_\_\_\_\_

42. Masa Kerja \*

\_\_\_\_\_

8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

### Pertanyaan Servqual Kualitas

Pada 22 pertanyaan servqual berikut ditujukan untuk menilai persepsi anda dalam kualitas supplier.

#### Tangible

Merupakan segala sesuatu yang memengaruhi kualitas layanan kepada pelanggan

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju

#### 43. Tangible \*

Mark only one oval per row.

	STS	TS	N	S	SS
Sistem distribusi up to date	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Memiliki tempat penyimpanan stok barang yang memadai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pegawai cekatan dan berseragam rapi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Memiliki truk / kendaraan pengangkut yang besar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### Reliability

Merupakan kemampuan perusahaan memberikan layanan secara akurat.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju

8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 44. Reliability \*

Mark only one oval per row.

	STS	TS	N	S	SS
Ketepatan pengiriman barang adalah hal utama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Setiap ada permasalahan selalu ditanggapi dengan segera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mampu diandalkan dalam setiap situasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harus mampu memberikan layanan seperti yang sudah disepakati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harus memberikan catatan dengan akurat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Responsiveness

Merupakan bentuk tindakan perusahaan dalam merespons pelanggan secara tepat waktu.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju





8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 45. Responsiveness \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Menerangkan dengan jelas kapan barang akan dihantar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan sangat cakap dan cekatan dalam bekerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan selalu mampu memberikan solusi jika terjadi masalah pengiriman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Selalu merespon dengan cepat setiap permintaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Assurance**

Merupakan kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan di mata pelanggan melalui keramahan dan pengetahuan staf dalam melayani.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 46. Assurance \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Dapat dipercaya dalam setiap pelayanan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Terjamin keamanan dalam setiap transaksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan sangat sopan dalam melakukan pelayanan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan mendapatkan dukungan penuh dari perusahaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Emphaty**

Merupakan perhatian perusahaan pada pelanggannya.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 47. Emphaty\*

Mark only one oval per row.

	STS	TS	N	S	SS
Selalu memberikan perhatian khusus kepada konsumen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan mau memberikan perhatian bila terdapat masalah pada barang	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karyawan memahami kebutuhan konsumen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Memberikan pelayanan dengan sepenuh hati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Memiliki jam kerja yang jelas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Pertanyaan  
Servqual  
Kinerja**

Pada 22 pertanyaan servqual berikut ditujukan untuk menilai kinerja yang diberikan supplier anda dalam memberikan pelayanan.

**Tangible**

Merupakan segala sesuatu yang memengaruhi kualitas layanan kepada pelanggan

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 48. Tangible \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Supplier kami memiliki sistem distribusi yang up to date	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki tempat penyimpanan stok barang yang memadai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pegawai supplier kami cekatan dan berseragam rapi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki truk / kendaraan pengangkut yang besar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Reliability**

Merupakan kemampuan perusahaan memberikan layanan secara akurat.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 49. Reliability \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Supplier kami tepat dalam pengiriman barang adalah hal utama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Setiap ada permasalahan, supplier kami selalu ditanggapi dengan segera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami mampu diandalkan dalam setiap situasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami mampu memberikan layanan seperti yang sudah disepakati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memberikan catatan dengan akurat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Responsiveness**

Merupakan bentuk tindakan perusahaan dalam merespons pelanggan secara tepat waktu.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 50. Responsiveness \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Supplier kami menerangkan dengan jelas kapan barang akan dihantar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan sangat cakap dan cekatan dalam bekerja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan yang selalu mampu memberikan solusi jika terjadi masalah pengiriman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami selalu merespon dengan cepat setiap permintaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Assurance**

Merupakan kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan di mata pelanggan melalui keramahan dan pengetahuan staf dalam melayani.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 51. Assurance \*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Supplier kami dapat dipercaya dalam setiap pelayanan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami terjamin keamanannya dalam setiap transaksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan yang sangat sopan dalam melayani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan yang mendapatkan dukungan penuh dari perusahaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Emphaty**

Merupakan perhatian perusahaan pada pelanggannya.

Catatan :

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju



8/15/2020

Draft Kuesioner Penelitian

## 52. Emphaty\*

*Mark only one oval per row.*

	STS	TS	N	S	SS
Supplier kami selalu memberikan perhatian khusus pada konsumen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan yang mau memberikan perhatian bila ada masalah pada barang	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki karyawan yang memahami kebutuhan konsumen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memberikan pelayanan dengan sepenuh hati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supplier kami memiliki jam kerja yang jelas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

This content is neither created nor endorsed by Google.







