

**ANALISIS PENGUKURAN KEPUASAAN PELANGGAN MELALUI METODE
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN CUSTOMER
SATISFACTION INDEX (CSI)**

(Studi Kasus :PO Bus Maju Lancar, Yogyakarta)

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri**



Nama : Tri Anggono Hari Mukti

No. Mahasiswa : 04522119

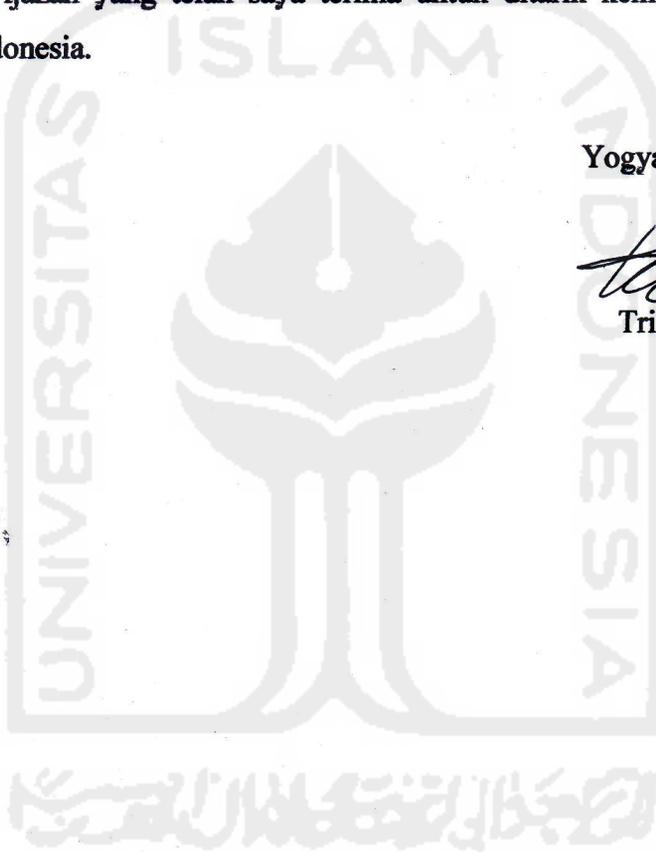
**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2017**

PERNYATAAN KEASLIAN

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

Yogyakarta, 6 Januari 2017


Tri Anggoro





PO. MAJU LANCAR

Jl. Wonosari-Yogyakarta Km 2,3 Siyono

Gunungkidul Tel/Fax (0274)391223

E-Mail : majulancar-gk@yahoo.com

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 013/HRD/XI/2016

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adi Prasetyo

Jabatan : Manager Operasional

Alamat : Jl. Wonosari-Yogyakarta Km 2,3 Siyono Gunungkidul

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Tri Anggono Hari Mukti

NIM : 04522119

Institusi : Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Adalah benar-benar telah melaksanakan penelitian di PO Maju Lancar terhitung sejak 3 Oktober 2016 – 3 November 2016 dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul:

“ANALISIS PENGUKURAN KEPUASAAN PELANGGAN MELALUI METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) (Studi Kasus : PO Bus Maju Lancar, Yogyakarta)”.

Demikian surat keterangan penelitian ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wonosari, 02 Desember 2016


PO. MAJU LANCAR
Jl. Wonosari-Yogya Km. 2.3 Gunungkidul
Telp. (0274) 391223, Fax. (0274) 391223
E-mail : majulancar_gk@yahoo.com

Adi Prasetyo
Manager Operasional

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING
ANALISIS PENGUKURAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI
METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)
DAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)

TUGAS AKHIR



Disusun Oleh :

Nama : Tri Anggono Hari Mukti

No. Mahasiswa : 04522119

Yogyakarta, Desember 2016

Dosen Pembimbing,

(Harwati, ST., MT.)

**ANALISIS PENGUKURAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI METODE
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN CUSTOMER
SATISFACTION INDEX (CSI)**

(Studi kasus : PO Maju Lancar, Yogyakarta)

**Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri
Yogyakarta, 6 Januari 2016**

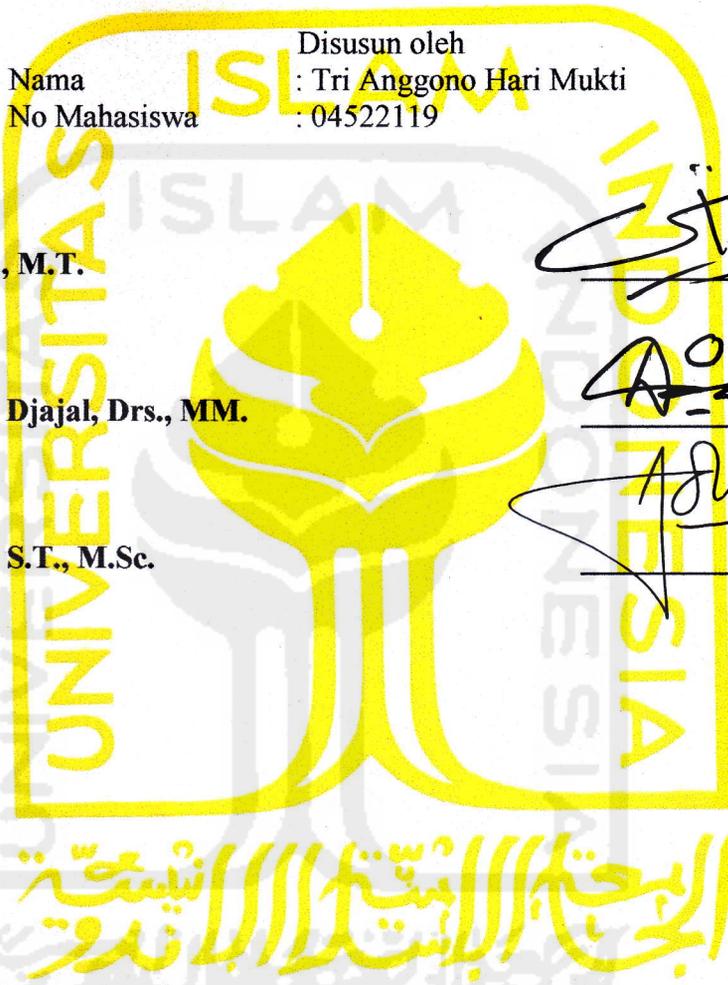
Disusun oleh
Nama : Tri Anggono Hari Mukti
No Mahasiswa : 04522119

Tim Penguji

**Harwati, S.T., M.T.
Ketua**

**Raden Abdul Djajal, Drs., MM.
Anggota I**

**Joko Sulistio, S.T., M.Sc.
Anggota II**



Mengetahui

Ketua Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Indonesia




Yuli Agusti Rochman, S.T., M.Eng.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi Indonesia mendorong perkembangan di segala aspek di dalam negeri, salah satunya adalah perkembangan di dunia bisnis terutama bisnis yang berkaitan erat secara langsung dengan pelanggan. Dengan adanya perkembangan di dunia bisnis ini maka setiap usaha bisnis dituntut untuk selalu cermat dalam memperhatikan pemenuhan keinginan pasar. Salah satu usaha yang cukup bersaing saat ini adalah transportasi, banyak sekali usaha transportasi yang tumbuh dan berkembang dengan orientasi utamanya adalah pemenuhan kebutuhan pelanggan.

Jumlah usaha transportasi yang berdiri di wilayah Yogyakarta dan sekitarnya khususnya Perusahaan Otobus (PO) semakin meningkat terutama dengan banyaknya jumlah wisatawan yang datang ke Yogyakarta. PO Maju Lancar telah berdiri selama 30 tahun, pada awalnya sudah memiliki banyak sekali pelanggan bahkan di antaranya sudah memiliki langganan tetap. Pada tahun 2015 ini PO. Maju Lancar menambah bus baru bisnis (utama) dengan jurusan Wonosari – Bogor, dan 2 unit bus eksekutiv Ac dengan jurusan Wonosari – Jakarta sekaligus meningkatkan kualitas pelayanannya.

Persaingan usaha Perusahaan Otobus sangatlah ketat oleh karena itu untuk dapat bersaing dengan Perusahaan Otobus lainnya maka Perusahaan Otobus PO Maju Lancar harus memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan yang

diberikan kepada pelanggan yang lebih baik dari Perusahaan Otobus lainnya, sehingga jika pelayanan yang diberikan PO Maju Lancar dirasakan baik dan memuaskan bagi pelanggan maka berdasarkan pengalamannya tersebut pelanggan diharapkan akan dapat kembali ke Perusahaan Otobus PO Maju Lancar dan akan menyampaikan informasi tersebut dari mulut ke mulut karena kepuasan yang telah diperolehnya.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan atas mutu pelayanan yang menyertai suatu produk atau jasa akan mempengaruhi perilaku pelanggan yang berikutnya. Pelanggan akan menjadi puas jika mereka memperoleh apa yang diinginkan pada waktu, tempat dan cara yang tepat. Jika kepuasan tinggi, maka akan mendorong kesetiaan pelanggan yang tinggi.

Kepuasan pelanggan merupakan sasaran sekaligus sebagai alat pemasaran bagi perusahaan jasa seperti Perusahaan Otobus. Sehingga Perusahaan Otobus yang mempunyai kualitas pelayanan yang baik harus memperhatikan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan hanya berarti bila dirasakan langsung oleh para pelanggan dimana bentuk dari peningkatan kualitas pelayanan tersebut harus dicerminkan dari setiap kegiatan pelayanan Perusahaan Otobus kepada pelanggan.

Salah satu alat yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen adalah menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) karena merupakan integrasi metode pendekatan analisis strategi pelayanan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat

menjadi acuan dan referensi dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan yang optimal terhadap konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen PO Maju Lancar?
2. Langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan oleh PO Maju Lancar agar kepuasan konsumen terpenuhi?

1.3 Batasan Masalah dan Asumsi

Dalam membahas masalah yang ada agar tidak meluas maka penulis membatasi permasalahan pada :

1. Penelitian dilakukan di PO Maju Lancar Gunungkidul pada bagian pelayanan.
2. Penelitian yang dilakukan hanya meliputi pelayanan Bus PO Maju Lancar tersebut.
3. Elemen biaya dalam penelitian ini tidak diperhitungkan.
4. Obyek yang diteliti adalah konsumen PO Maju Lancar.

1.4 Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian tentunya mempunyai tujuan yang hendak dicapai guna menghasilkan sesuatu yang diinginkan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen PO Maju Lancar.
2. Merekomendasikan langkah yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar terpenuhi di PO Maju Lancar.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Dapat memberikan informasi tentang kepuasan pelanggan bagi PO Maju Lancar sebagai langkah perbaikan kualitas untuk meningkatkan kualitas dan mutu pelayanan.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen PO Maju Lancar dalam menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai pelayanan dan kinerjanya terhadap konsumen.
3. Untuk pembelajaran bagi mahasiswa dalam memecahkan permasalahan melalui integrasi *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan dari laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini membahas latar belakang penulisan tugas akhir, perumusan masalah, tujuan dari dilaksanakannya penelitian, pembatasan masalah, asumsi yang digunakan, dan sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini membahas mengenai dasar-dasar teori yang dijadikan pedoman penyusunan laporan tugas akhir, sesuai dengan bidang kajian yang diambil oleh penulis dalam penelitian dan penyusunan tugas akhir ini.

BAB III : Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisi tentang langkah-langkah dan metode yang digunakan untuk menganalisa topik bahasan. Pada bagian ini juga menjelaskan rancangan penelitian yang akan digunakan dalam pengambilan dan pengolahan data.

BAB IV : Pengolahan Data Dan Analisis Hasil

Pada bab ini berisi tentang data-data yang akan digunakan untuk menganalisis persoalan yang ada dan data lain yang berkaitan dengan permasalahan tersebut untuk dapat digunakan dalam perhitungan dan pengolahan sehingga dapat dianalisa hasil perhitungannya.

BAB V : Kesimpulan Dan Saran

Bab ini memuat kesimpulan yang ditarik dari hasil penelitian dan saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. (Kotler, 2007). Ini merupakan definisi kualitas yang berpusat pada pelanggan. Kualitas barang dan jasa ditentukan oleh pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila perusahaan memberikan kualitas yang baik.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Tjiptono, 2006).

Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang

diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Adapun konsep kualitas berdasarkan produk jasa atau service menurut Zeithmal dan Bitner dalam (Tjiptono, 2006) adalah :

- a. *Realibility* (keandalan), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- b. *Responsiveness* (Daya tanggap), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- c. *Assurance* (jaminan), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan dapat menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
- d. *Empaty* (perhatian), berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

- e. *Tangibles* (bukti langsung), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

2. Pengertian dan Karakteristik Jasa

Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. (Tjiptono, 2006). Kualitas layanan dinilai dari pelaksanaannya dan bukan dari karakteristik layanan secara fisik. Karakteristik layanan adalah :

- a. Tidak berwujud (*Intangibility*), jasa tidak dapat dilihat, diraba, dirasa, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli.
- b. Tidak terpisahkan (*Inseparability*), jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan, seringkali tidak dapat dipisahkan dari pribadi penjualannya.
- c. Bervariasi (*Variability*), jasa tergantung pada siapa menyediakan serta kapan dan dimana jasa itu dilakukan, jasa sangat bervariasi.
- d. Mudah lenyap (*Perishability*), jasa tidak biasa disimpan dan memiliki sifat mudah lenyap.

2.1.2. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Setiap perusahaan yang memasarkan suatu produk berupa barang atau jasa selalu menginginkan pelanggan atau pelanggan merasa puas terhadap jasa

yang ditawarkan. Menurut Gasperz (2002) pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada *performance* perusahaan, sedangkan menurut Kotler (2007) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Yu, Chang dan Huang (2006), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sebagai evaluasi pelanggan setelah berperilaku membeli pada tempat dan waktu tertentu. Kepuasan pelanggan juga akan berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan operasional dari perusahaan itu sendiri.

Sejumlah metode diadakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Yu, Chang, dan Huang (2006) mengungkapkan bahwa secara umum ada dua metode, (1) Item tunggal, dimana hasil dari hasil kepuasan menyeluruh setelah pelanggan menggunakan produk-produk dengan item kepuasan tunggal. (2) Item jamak, dimana pengukuran kepuasan individu dari produk-produk dengan skala umum dan menjumlahkan kepuasan menyeluruh.

Pada umumnya pelanggan menginginkan produk yang memiliki karakteristik lebih cepat, lebih murah, lebih baik. Karakteristik lebih cepat biasanya berkaitan dengan dimensi waktu yang menggambarkan kecepatan kemudahan atau kenyamanan untuk memperoleh produk tersebut. Karakteristik lebih murah berkaitan dengan dimensi biaya yang menggambarkan biaya atau ongkos dari suatu produk yang dibayarkan oleh pelanggan. Karakteristik lebih

baik berkaitan dengan dimensi kualitas produk yang paling sulit digambarkan secara tepat (Gasperz, 2002).

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan dari perusahaan yang memiliki komitmen terhadap kualitas. Dengan kepuasan pelanggan berarti akan diperlukan upaya secara berkesinambungan untuk mendapatkan informasi tentang kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terhadap suatu barang dan jasa. Informasi tersebut diolah untuk menciptakan produk yang berkualitas. Produk berkualitas dengan harga kompetitif akan menarik pelanggan dan akhirnya akan meningkatkan volume penjualan sekaligus kualitas yang dirasakan pelanggan meningkat.

Menurut Day (dalam Tjiptono, 2006) memberikan definisi mengenai kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidakpuasan dan yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.

Empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut Day (dalam Tjiptono, 2006) :

a. Sistem keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya pada para pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang biasanya digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan pada tempat-tempat yang strategis. Informasi ini dapat memberikan ide-ide dan masukan kepada perusahaan

dan memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang ada.

b. *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dengan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

c. *Lost customer analysis*

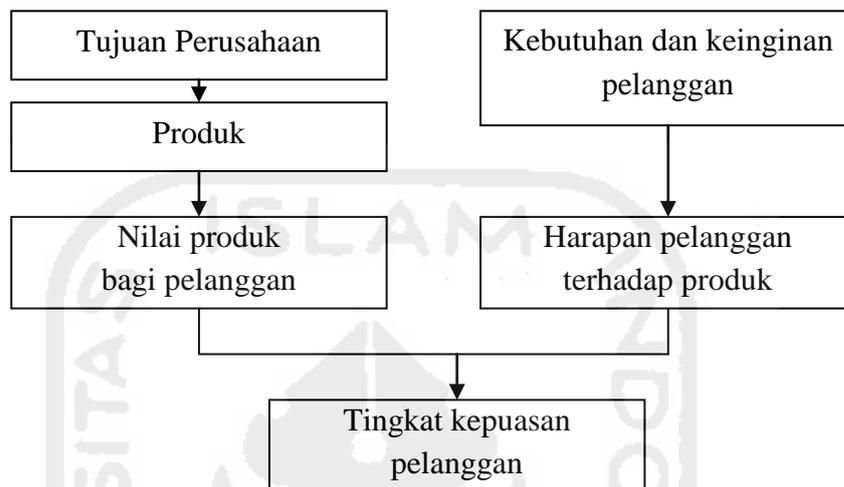
Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok, yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut, informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan-kebijakan selanjutnya yang akan diambil oleh pelanggan.

d. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilaksanakan dengan penelitian survey, melalui penelitian survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga penelitian survey dapat memberikan tanda positif bagaimana perusahaan menaruh perhatian pada pelanggannya.

Kotler dan Keller (2006) menandakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan

dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan dapat dijelaskan pada gambar 2.1.



Gambar 2.1. Konsep kepuasan pelanggan

Sumber: Tjiptono (2006)

2. Faktor-faktor Pendukung Kepuasan Pelanggan

Irawan (2003) mengemukakan bahwa terdapat lima komponen yang dapat mendorong kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Kualitas produk

Kualitas produk menyangkut lima elemen, yaitu performance, reliability, conformance, durability, dan consistency. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang baik yang sesuai dengan yang diharapkan. Dimensi kualitas pelayanan menurut konsep serqual meliputi reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible. Dalam banyak hal, kualitas pelayanan mempunyai daya diferensiasi yang lebih kuat dibandingkan dengan kualitas produk.

c. Faktor emosional

Kepuasan konsumen yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk yang berhubungan dengan gaya hidup. Kepuasan pelanggan didasari atas rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, dan sebagainya.

d. Harga

Komponen harga sangat penting karena dinilai mampu memberikan kepuasan yang relatif besar. Harga yang murah akan memberikan kepuasan bagi pelanggan yang sensitif terhadap harga karena mereka akan mendapat value for money yang tinggi.

e. Kemudahan

Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

3. Tingkat Kepentingan Pelanggan

Tingkat kepentingan pelanggan didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan, sebelum mencoba atau membeli suatu produk atau jasa, yang akan dijadikan standar acuan dalam menilai kinerja produk jasa.

Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2006) terdapat dua tingkatan kepentingan konsumen yaitu : *adequate service* dan *desired service*. *Adequate service* adalah tingkat kinerja minimal yang masih dapat diterima berdasarkan perkiraan jasa yang mungkin akan diterima dan tergantung pada alternatif yang tersedia. Sedangkan *desired service* adalah tingkat kinerja yang diharapkan pelanggan akan diterimanya, yang merupakan gabungan dari kepercayaan pelanggan mengenai apa yang dapat dan harus diterimanya.

Desired service dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut:

- a. Keinginan dilayani dengan baik dan benar

Pelanggan berharap dilayani dengan baik karena ia melihat pelanggan lain dengan baik serta dilayani dengan benar, dimana pelayanan yang benar tergantung pada falsafah individu yang bersangkutan.

- b. Kebutuhan perorangan

Pelayanan yang diharapkan pelanggan karena kebutuhan pelayanan tersebut bersifat mendasar dan terkait dengan kesejahteraan pelanggan.

- c. Janji secara langsung

Pelayanan yang diharapkan pelanggan karena pelanggan dijanjikan mendapatkan pelayanan seperti itu oleh pemberi jasa.

- d. Janji secara tidak langsung

Pelayanan yang diharapkan pelanggan karena pelanggan memperoleh petunjuk yang berkaitan dengan pelayanan tersebut sehingga ia menarik kesimpulan tentang pelayanan seperti apa yang seharusnya diberikan, petunjuk tersebut meliputi harga serta peralatan pendukung pelayanan.

e. Konsumsi mulut ke mulut

Pelayanan yang diharapkan pelanggan karena pelanggan menerima informasi atau pernyataan yang disampaikan oleh pihak lain pemberi jasa.

f. Pengalaman masa lalu

Pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan karena ia telah memiliki pengalaman yang meliputi hak-hak yang telah diketahui.

Adequate service dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut:

a. Keadaan darurat

Pelayanan minimal yang harus diterima oleh pelanggan karena pelanggan membutuhkan pelayan tersebut untuk sementara waktu.

b. Ketersediaan alternatif

Pelayanan minimal yang diharapkan oleh pelanggan yang muncul dari persepsi pelanggan atas tingkat pelayanan perusahaan lain yang sejenis.

c. Derajat keterlibatan pelanggan

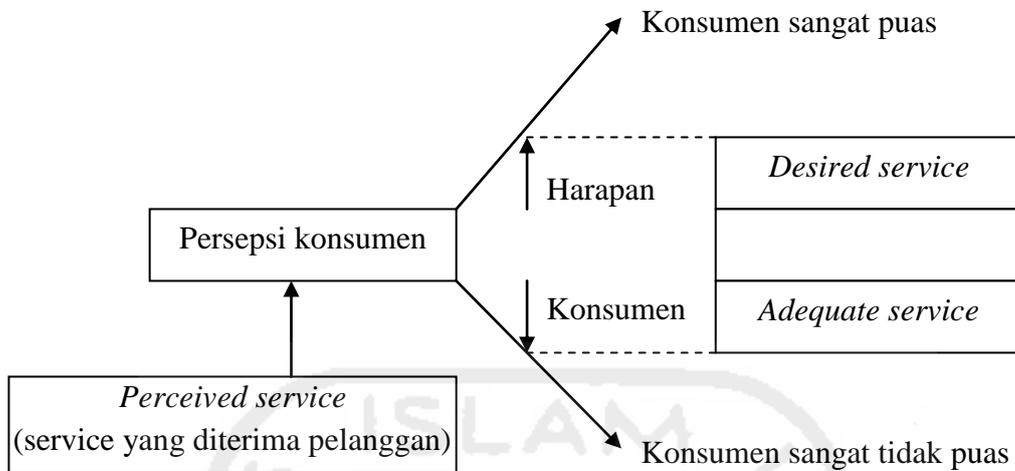
Pelayanan yang minimal diterima pelanggan karena pelanggan terlibat di dalam penyediaan jasa tersebut.

d. Faktor-faktor yang bergantung situasi

Pelayanan minimal yang masih dapat diterima oleh pelanggan karena adanya peristiwa yang dapat mempengaruhi kinerja jasa yang berada di luar kendali penyedia jasa.

e. Pelayanan yang diperkirakan

Pelayanan minimal yang masih dapat diterima pelanggan karena pelanggan telah memperkirakan akan mendapat pelayanan seminimal itu



Gambar 2.2. Proses kepuasan konsumen

Sumber : Rangkuti (2006)

2.1.3. Importance Performance Analysis (IPA)

John A. Martilla dan John C. James mengembangkan sebuah konsep *Importance Performance Analysis (IPA)* yang sebenarnya berasal dari konsep *Satisfaction Quality*. Konsep ini berisi bagaimana menterjemahkan apa yang diinginkan oleh pelanggan diukur dalam kaitannya dengan apa yang harus dilakukan oleh penyedia jasa agar menghasilkan produk berkualitas, baik yang berwujud maupun tidak berwujud (Supranto, 2001). Bila pada konsep *Satisfaction Quality* hanya menganalisa tentang kesenjangan atau gap yang terjadi antara keinginan atau harapan pelanggan dengan kinerja yang telah diberikan badan usaha, pada *Importance Performance Analysis* kita menganalisa tentang tingkat kepentingan dari suatu variabel dimata pelanggan dengan kinerja badan usaha tersebut. Dengan demikian badan usaha akan lebih terarah dalam melaksanakan strategi bisnisnya sesuai dengan prioritas kepentingan pelanggan yang paling dominan. Analisa diawali dengan sebuah

kuisisioner yang disebarakan kepada pelanggan. Responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan/harapan berbagai atribut dan kepuasan tingkat kinerja penyedia jasa pada masing-masing atribut tersebut. 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 nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan akan dianalisis di *Importance Performance Matrix*. Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja maka akan dihasilkan

suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian. Berikut ini Gambar 2.3

Importance Performance Matrix:

	1	2
	Atribut untuk Ditingkatkan	Atribut untuk Dipertahankan
IMPORTANCE / KEPENTINGAN	3	4
	Atribut untuk Dipertahankan	Atribut untuk dikurangi
Rendah	PERFORMANCE/KINERJA	Tinggi

Gambar 2.3. *Importance/Performance Matric*

Sumber : Rangkuti (2006)

1. Kuadran pertama (I), memerlukan penanganan yang perlu diprioritaskan oleh tingkat manajemen karena kepentingan tinggi, sedangkan tingkat kepuasan rendah.
2. Kuadran kedua (II), menunjukkan daerah yang harus dipertahankan karena tingkat kepentingan tinggi, sedangkan tingkat kinerja juga tinggi.
3. Kuadran ketiga (III), sebagai daerah prioritas rendah karena tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga rendah. Pada kuadran ini terdapat beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Namun perusahaan harus selalu menampilkan sesuatu yang lebih baik di antara kompetitor yang lain.
4. Kuadran keempat (IV), dikategorikan sebagai daerah berlebihan karena terdapat faktor yang bagi pelanggan tidak penting, akan tetapi oleh

perusahaan dilaksanakan dengan sangat baik. Selain itu dikarenakan tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja tinggi sehingga bukan menjadi prioritas yang dibenahi.

2.1.4. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Kepuasan pelanggan sangat penting untuk suatu perusahaan. Mengingat pelanggan yang puas akan kembali membeli lagi dalam jumlah yang lebih besar, mereka menyebarkan pengalaman kepada teman yang ditemui, dan bersedia membayar lebih untuk berbisnis dengan pemasok/penyedia produk/jasa yang dipercaya. Dengan demikian upaya mempertahankan pelanggan dalam jangka pendek dapat meningkatkan revenue dan profit, sedangkan jangka panjang dapat membangun customer loyalty dan memperkuat brand. *Customer Satisfaction Index* digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan responden secara keseluruhan. Statistik menunjukkan bahwa biaya untuk mempertahankan pelanggan lebih murah dari pada mencari pelanggan baru. Upaya untuk mempertahankan kepuasan pelanggan salah satunya adalah memantau apa yang mereka inginkan dari produk/jasa yang disajikan.

Tabel 2.1. Kriteria *Customer Satisfaction Index*

Nilai Index (%)	Kriteria <i>Customer Satisfaction Index</i>
81.00-100.00	Sangat Puas
66.00-80.99	Puas
51.00-65.99	Cukup Puas
35.00-50.99	Kurang Puas
0.00-34.99	Tidak Puas

Sumber : Rangkuti (2006)

2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tyrrell dan Okrant (2004) melakukan penelitian berjudul *Importance-Performance Analysis: Some Recommendations from an Economic Planning Perspective*. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Hasil membuktikan bahwa IPA dapat memberikan manfaat tambahan, terutama dalam tahap awal dari perencanaan strategis proses.

Hwang (2008) melakukan penelitian berjudul *A Model of Perceived Service Quality, Price, Overall Customer Satisfaction, and Revisit Intentions and Differences Between Casual and Serious Golfers*. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel statistik demografik mempunyai hubungan yang signifikan dengan kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan dari industri tersebut. Ditemukan adanya korelasi yang signifikan antara semua dimensi kualitas pelayanan.

Lien, et al., (2011) melakukan penelitian berjudul *Investigating the Relationships among E-Service Quality, Perceived Value, Satisfaction, and Behavioral Intentions in Taiwanese Online Shopping*. Metode analisis yang digunakan adalah metode Deskriptif Kuantitatif. Hasil pengujian menunjukkan

bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada nilai yang dipersepsikan, kepuasan, dan niat perilaku. Juga, nilai yang dirasakan secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan dan niat perilaku dan kepuasan merupakan antecedent niat perilaku. Untuk jalan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku niat melalui kepuasan dan nilai yang dirasakan. Nilai yang dirasakan secara tidak langsung mempengaruhi perilaku niat melalui kepuasan.

Mukhsalmina dan Jeluddin Daud (2014) melakukan penelitian berjudul Analisa Tingkat Pelayanan Bus Dengan Metode Importance Performance Analysis (Studi Kasus : Bus Kurniadan Bus PMTOH). Metode yang digunakan Deskriptif Kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan pihak busKurnia dan bus PMTOH juga belum maksimal, ini terlihat pada nilai pelayanannya yang rata-rata hanya antara 2-3 (perhitungan dengan metode importance performance analysis), padahal nilai pelayanan yang memuaskan adalah 4-5. Begitu juga perhitungan dengan metodeCustomer Satisfaction Index (CSI),hasilpelayanan yang diberikan kedua bus tersebutjuga belum cukup memuaskan bagi penumpang, nilai CSI dari bus Kurnia adalah 62,48 %, dan bus PMTOH sebesar 60,55 %.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai sub bab dari metodologi penelitian yang akan digunakan, data yang diperlukan, metode pengumpulan data, alat dan analisis data, kerangka pikir penelitian.

3.1.1. Tempat dan Objek Penelitian

Penelitian dilakukan di PO Maju Lancar Gunungkidul. Obyek penelitiannya adalah para konsumen/pasiennya. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah dimensi kualitas jasa, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

3.1.2. Data yang Diperlukan

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah berupa data primer dan data sekunder :

a. Data primer

Data primer adalah data pokok yang dibutuhkan dalam penelitian dan data yang diambil khusus diperuntukkan bagi penelitian yang dimaksud yaitu rekapitulasi data dari penyebaran kuesioner.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang dibutuhkan dalam penelitian yang berasal dari data yang sudah ada sebelumnya dan digunakan sebagai obyek analisis yaitu data jumlah pasien butik, jumlah tenaga di butik.

3.1.3. Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang lebih terperinci dalam melakukan penelitian ini digunakan metode sebagai berikut :

1. Wawancara/kuesioner

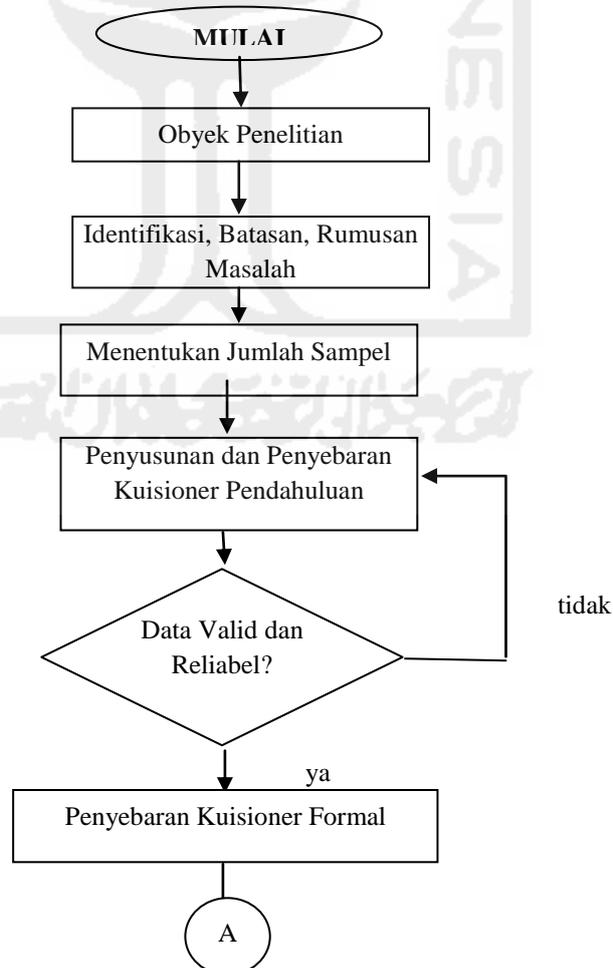
Data yang diperoleh dengan cara meminta pendapat dari obyek penelitian secara langsung.

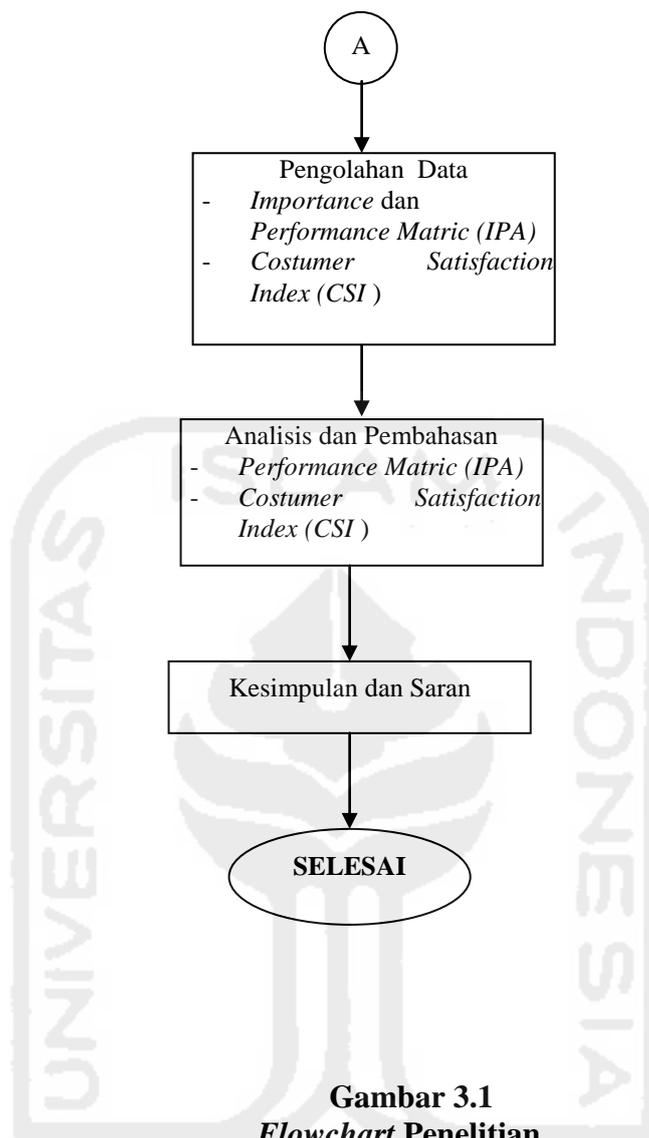
2. Studi kepustakaan

Data atau informasi yang bersumber dari buku artikel makalah dan lain sebagainya yang membahas obyek bahasan sama.

3.2. Flowchart Penelitian

Berikut ini gambar *flowchart* penelitian:





Gambar 3.1
Flowchart Penelitian

3.3. Langkah-langkah Pengolahan Data

Pengolahan data dalam penelitian ini meliputi berbagai tahapan yaitu uji validitas dan reliabilitas instrumen-instrumen penelitian, *Importance and Performance Rating Analysis (IPA)*, dan *Costumer Satisfaction Index (CSI)*.

3.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen-Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Santoso, 2005). Pengujian

validitas dilakukan dengan metode korelasi yaitu dengan melihat angka koefisien korelasi (r_{xy}) pada item korelasi yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total. Dengan jumlah sampel uji coba kuesioner sebanyak 100 responden, maka dilakukan analisis korelasi antara skor pertanyaan dengan skor total. Apabila nilai $r_{xy} > 0,195$, maka dapat dinyatakan item tersebut valid, maka kuesioner tersebut akan digunakan dalam penelitian. Formula untuk menghitung koefisien korelasi (r_{xy}) adalah sebagai berikut (Santoso, 2005):

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\left[n\sum X^2 - (\sum X)^2 \right] \left[n\sum Y^2 - (\sum Y)^2 \right]} \dots\dots\dots 3.3$$

Keterangan:

- r_{xy} = koefisien korelasi antar skor butir (X) dan skor variabel (Y)
- N = jumlah responden yang diuji coba
- $\sum X$ = jumlah skor butir (X)
- $\sum Y$ = jumlah skor variable (Y)
- $\sum X^2$ = jumlah skor butir (X) kuadrat.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana satu alat pengukur dapat menunjukkan dipercaya atau tidak (Rahayu, 2005). Untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Santoso, 2005). Untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *cronbach alpha*, dengan jumlah sampel uji coba kuesioner sebanyak 100 responden. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai $r_{\alpha} > 0,60$. Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer *SPSS for Windows Release 20.0*. Formula

untuk menghitung koefisien *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut (Santoso, 2005).

$$\alpha = \left[\frac{b}{(b-1)} \right] \left[\frac{V_t - \sum V_i}{V_t} \right] \dots\dots\dots 3.4$$

Keterangan:

- α = *Cronbach Alpha*
- b = Banyaknya butir angket
- V_t = Varian skor total
- V_i = Varian butir $i=1,2,\dots,n$

3.3.2. *Importance and Performance Rating Analysis (IPA)*

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mengukur atribut-atribut dari tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja yang diharapkan konsumen. Untuk menjelaskan tingkat kepentingan, digunakan skala *Likert*. Data yang diperoleh berguna untuk mengetahui tingkat kepentingan secara nyata dari atribut pelayanan dan atribut produk. Pertanyaan yang diberikan adalah pertanyaan tertutup dimana konsumen diminta untuk memilih jawaban dari pilihan yang ada. Pilihan dibuat berjenjang mulai dari intensitas paling rendah, diberi angka 1 (sangat tidak penting) sampai paling tinggi diberi angka 5 (sangat penting). Sama halnya dengan menjelaskan tingkat kepentingan, dalam menjelaskan tingkat kinerja juga menggunakan pilihan jawaban dengan skala *Likert*. Pilihan dibuat berjenjang mulai dari intensitas paling rendah, diberi angka 1 (sangat tidak puas) sampai paling tinggi diberi angka 5 (sangat puas). Penilaian tingkat kinerja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen akan diwakili oleh huruf X, sedangkan untuk penilaian tingkat

kepentingan diwakili oleh huruf Y. Untuk menilai kinerja dan kepentingan konsumen digunakan skor seperti terlihat pada Tabel 3.1 dan 3.2.

Tabel 3.1. Skor Penilaian Tingkat Kinerja dan Kepentingan

Skor	Kinerja	Kepentingan
Skor 1	Sangat Tidak Puas	Sangat tidak Penting
Skor 2	Tidak Puas	Tidak Penting
Skor 3	Cukup puas	Cukup Penting
Skor 4	Puas	Penting
Skor 5	Sangat Puas	Sangat Penting

Tabel 3.2. Interval Skala Penilaian Tingkat Kinerja dan Kepentingan

Skor	Kinerja	Kepentingan
1,00 s/d 1,79	Sangat Tidak Puas	Sangat tidak Penting
1,80 s/d 2,59	Tidak Puas	Tidak Penting
2,60 s/d 3,39	Cukup puas	Cukup Penting
3,40 s/d 4,19	Puas	Penting
4,20 s/d 5,00	Sangat Puas	Sangat Penting

Total penilaian tingkat kinerja dan kepentingan diperoleh dengan cara menjumlahkan skor penilaian yang diberikan konsumen. Hasil perhitungan akan digambarkan dalam diagram kartesius. Masing-masing atribut diposisikan dalam diagram tersebut berdasarkan skor rata-rata, dimana skor rata-rata penilaian kinerja (X) menunjukkan posisi suatu atribut pada sumbu X, sedangkan posisi atribut pada sumbu Y ditunjukkan oleh skor rata-rata tingkat kepentingan (Y). Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$X = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \qquad Y = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \dots\dots\dots 3.5$$

Keterangan :

X = Skor rata-rata tingkat kinerja

Y = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

Diagram kartesius merupakan suatu bagan yang dibagi atas empat bagian dan dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (a,b). Titik tersebut diperoleh dari rumus :

$$a = \frac{\sum X_i}{k} \quad b = \frac{\sum Y_i}{k} \quad \dots\dots\dots 3.6$$

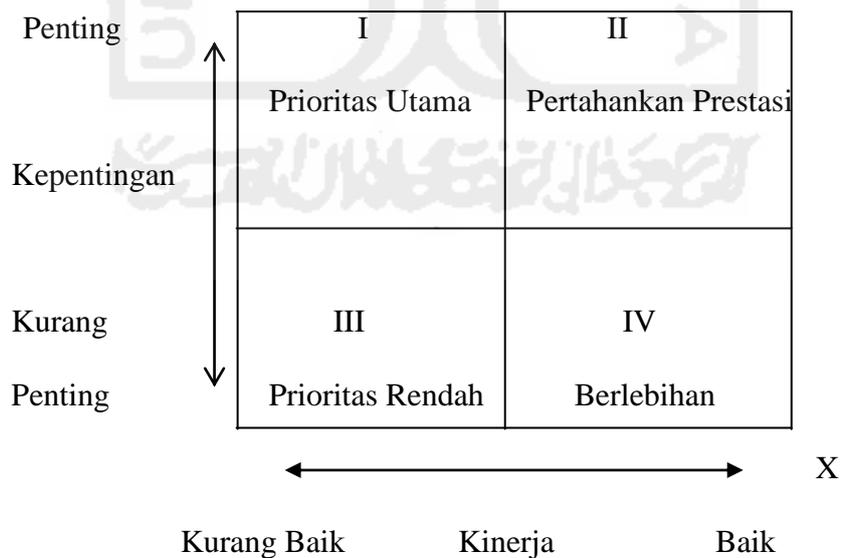
Keterangan :

a = Batas sumbu X (tingkat kinerja)

b = Batas sumbu Y (tingkat kepentingan)

k = Banyaknya atribut yang diteliti

Selanjutnya setiap atribut tersebut dijabarkan dalam diagram kartesius seperti yang terlihat pada Gambar 3.2.



Gambar 3.2
Diagram Kartesius Importance and Performance Analysis
 (Sumber : Rangkuti (2006))

Matriks IPA terdiri dari empat kuadran yaitu kuadran pertama terletak di sebelah kiri atas, kuadran kedua di sebelah atas, kuadran ketiga di sebelah kiri bawah, dan kuadran empat di sebelah kanan bawah.

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen namun pada kenyataannya kinerja dari atribut ini belum sesuai dengan yang diharapkan. Artinya tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen masih sangat rendah dan perlu melakukan perbaikan terus menerus.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen dan pihak perusahaan telah melaksanakannya sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Hal ini menuntut perusahaan untuk dapat mempertahankan posisinya.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting pengaruhnya oleh konsumen, dan pada kenyataannya kinerjanya juga tidak terlalu istimewa. Perbaikan atau peningkatan kinerja atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya kecil terhadap konsumen.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting pengaruhnya bagi konsumen, akan tetapi pelaksanaannya telah

dijalankan dengan sangat baik oleh pihak perusahaan. Kinerja atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar dapat menghemat biaya.

3.3.3. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur. Menurut Stratford (2004) metode pengukuran CSI meliputi tahap-tahap sebagai berikut :

1. Menentukan *Mean Importance Score (MIS-i)* dan *Mean Satisfaction Score (MSS)*. Nilai ini didapat dari nilai rata-rata tingkat kepentingan dan rata-rata tingkat kinerja tiap atribut.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \qquad MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \qquad \dots\dots\dots 3.7$$

Keterangan : n = jumlah responden

X_i = nilai kinerja atribut ke-i

Y_i = nilai kepentingan atribut ke-i

2. *Weight Factor (WF)*, adalah fungsi dari *Mean Importance Score* atau nilai dari rata-rata tingkat kepentingan (*MIS-i*) masing-masing atribut yang dinyatakan dalam bentuk persen terhadap total *Mean Importance Score* untuk seluruh atribut yang diuji.

$$WF = \frac{MIS - i}{TotalMIS - i} \dots\dots\dots 3.8$$

3. **Weighted Score (WS)**, adalah fungsi dari *Mean Satisfaction Score* (MSS) dikali dengan *Weighting Factor* (WF). *Mean Satisfaction Score* atau nilai rata tingkat kepuasan diperoleh dari nilai rata-rata tingkat *performance* atau nilai rata-rata tingkat kinerja dari suatu atribut.

$$WS = MSS \times WF$$

4. **Weight Average Total (WAT)**, adalah fungsi dari total *Weighted Score* (WS) atribut ke-1 (α_1) hingga atribut ke-n (α_n).

$$WAT = WS\alpha_1 + WS\alpha_2 + \dots + WS\alpha_n \dots \dots \dots 3.9$$

5. **Customer Satisfaction Index**, yaitu fungsi dari nilai *Weight Average* (WA) dibagi dengan *Highest Scale* (HS) atau yang dinyatakan dalam bentuk persen. Skala maksimum diperoleh dari ukuran skala *Likert* yang digunakan dalam pembobotan tingkat kepentingan dan kinerja. Maka dalam penelitian ini skala maksimum yang digunakan yaitu lima.

$$CSI = \frac{WA}{HS} \times 100\% \dots \dots \dots 3.10$$

Rentang skala pada Indeks Kepuasan Konsumen digunakan untuk menunjukkan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan jasa dimana rentang skala kepuasan konsumen berkisar antara 0,00 hingga 1,00 (Sangat tidak puas hingga sangat puas), dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3. Kriteria Nilai Customer Satisfaction Index

Angka Indeks	Interpretasi
0,00 – 0,20	Sangat tidak puas
0,21 – 0,40	Tidak puas
0,41 – 0,60	Cukup puas
0,61 – 0,80	Puas
0,81 – 1,00	Sangat puas

Penentuan angka indeks pada kriteria nilai *CSI* menggunakan skala numerik dengan rumus sebagai berikut:

$$Rs = \frac{(m - n)}{b}$$

.....3.11

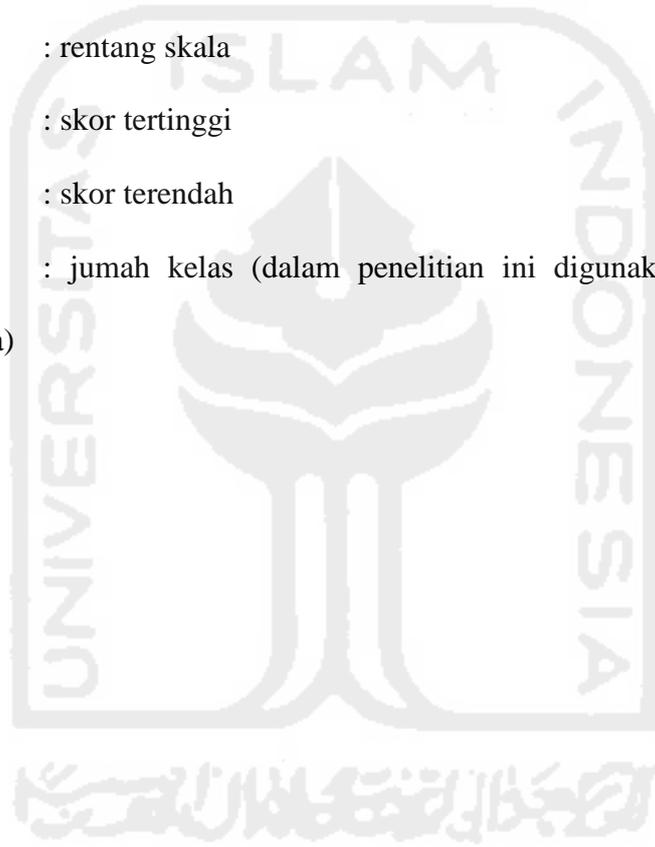
Keterangan :

Rs : rentang skala

m : skor tertinggi

n : skor terendah

b : jumlah kelas (dalam penelitian ini digunakan skala maksimal lima)



BAB IV

PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

4.1. Pengumpulan Data

Pada bab sebelumnya telah dijelaskan bahwa pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada responden penelitian yaitu Pelanggan PO Maju Lancar. Jumlah kuisioner yang disebarakan dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$n \geq p(1-p) \left(\frac{Z_{1/2\alpha}}{E} \right)^2$$

Keterangan:

- n = ukuran sampel
- p = proporsi populasi persentase kelompok pertama diasumsikan 0,5
- $Z_{1/2\alpha}$ = besarnya harga Z untuk α tertentu (95%) adalah 1,96
- E = persentase perkiraan kemungkinan membuat kekeliruan dalam menentukan sampel, diasumsikan 10%

Sehingga jumlah sampel yang didapat dari persamaan di atas adalah:

$$n \geq 0,5(1-0,5) \left(\frac{1,96}{10\%} \right)^2$$

$$n \geq 96,04 \approx 96$$

Sampel minimum yang harus didapatkan adalah sebanyak 96 responden.

Namun dalam penelitian ini disebarakan 100 kuesioner pada 100 responden.

Kuesioner yang dikembalikan sebanyak 100 eksemplar, jadi respon *rate*-nya

sebanyak 100,0%. Kuesioner yang terjawab lengkap dan layak dianalisis dalam penelitian ini sebanyak 100 kuesioner. Untuk selanjutnya dianalisis dengan bantuan program statistik komputer *SPSS for Windows ver 20*.

4.2. Pengolahan Data

4.2.1. Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan metode korelasi yaitu dengan melihat nilai r_{xy} atau item korelasi yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total. Dengan jumlah sampel uji coba kuesioner, maka dilakukan analisis korelasi antara skor pertanyaan dengan skor total. Apabila nilai $r_{xy} > 0,195$, maka dapat dinyatakan item tersebut valid, sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.

Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas Kuisioner

Item	r_{xy}	r-tabel	Keterangan
H1a	0,738	0,195	Valid
H1b	0,441	0,195	Valid
H1c	0,922	0,195	Valid
H2a	0,731	0,195	Valid
H2b	0,630	0,195	Valid
H2c	0,591	0,195	Valid
H3a	0,894	0,195	Valid
H3b	0,717	0,195	Valid
H3c	0,800	0,195	Valid

H4a	0,566	0,195	Valid
H4b	0,673	0,195	Valid
H4c	0,454	0,195	Valid
H5a	0,573	0,195	Valid
H5b	0,523	0,195	Valid
H5c	0,694	0,195	Valid
H5d	0,748	0,195	Valid
H5e	0,776	0,195	Valid
H5f	0,723	0,195	Valid
H5g	0,485	0,195	Valid

Dari uji validitas dalam table di atas dapat diketahui bahwa seluruh pertanyaan dalam kuesioner memiliki nilai $r_{xy} > 0,195$, sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada item-item pertanyaan pada variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* adalah valid.

4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *cronbach alpha*. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai $r_{\alpha} > 0,60$. Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program *SPSS for Windows Release 20.00*. Berikut ini hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian :

Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha
1	<i>Reliability</i> (Keandalan pelayanan)	0,793
2	<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap Pegawai)	0,800
3	<i>Assurance</i> (Jaminan)	0,896
4	<i>Empathy</i> (Empati)	0,728
5	<i>Tangibles</i> (Bukti langsung)	0,866

Sumber : Data Primer Diolah, 2016.

Dari Tabel 4.3 tersebut dapat diketahui bahwa koefisien *Cronbach's Alpha* > 0,60 sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* adalah reliabel.

4.2.3. Karakteristik Responden

Untuk mengetahui karakteristik responden yang dibedakan berdasarkan masa kerja, tingkat pendidikan, jenis kelamin dan usia responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.3. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Laki-laki	86	86,00

Perempuan	14	14,00
Total	100	100,00

Sumber : Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden adalah laki-laki, yaitu sebanyak 86 orang atau sekitar 86%, sedangkan perempuan hanya berjumlah 14 orang atau sekitar 14%.

2. Tingkat Pendidikan Responden

Tabel 4.4. Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan	Frekuensi	%
SD	0	0,00
SLTP	5	5,00
SLTA	54	54,00
PT	41	41,00
Total	100	100,00

Sumber : Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden berpendidikan SLTA sebanyak 54 orang atau 54%, berpendidikan Perguruan Tinggi sebanyak 41 orang atau 41%, dan berpendidikan SLTP sebanyak 5 orang atau 5%.

3. Pekerjaan Responden

Tabel 4.5. Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	%
Pelajar / mahasiswa	0	0,00
Petani/Pedagang	5	5,00
Pegawai negeri / ABRI	15	15,00
Pegawai swasta / wiraswasta	80	80,00
Total	100	100,00

Sumber : Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden bekerja sebagai karyawan swasta/wiraswasta yang mencapai 80 orang atau sekitar 80%, responden kedua adalah pelanggan dengan Pekerjaan Pegawai Negeri Sipil/ABRI sebanyak 15 orang atau sekitar 15%, responden ketiga adalah pelanggan dengan Pekerjaan petani atau pedagang yang mencapai 5 orang atau sekitar 5,21%.

4. Usia Responden

Tabel 4.6. Usia Responden

Usia	Frekuensi	%
20-30	0	0,00

31-40	71	71,00
41-50	29	29,00
> 50	0	0,00
Total	100	100,00

Sumber : Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden berusia 30,1–40 tahun yang mencapai 71 orang atau sekitar 71%, berusia 40,1–50 tahun yang mencapai 29 orang atau sekitar 29%. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa pelanggan PO Maju Lancar cenderung tergolong pada usia produktif yaitu antara 30,1-40 tahun karena tipikal jenis urusan yang dilakukan membutuhkan mobilitas yang tinggi.

5. Penghasilan per bulan

Tabel 4.7. Penghasilan per bulan Responden

Penghasilan per bulan	Frekuensi	%
< 1 juta.	27	27,00
1 – 2 juta	30	30,00
2- 5 juta	34	34,00
> 5 juta	9	9,00
Total	100	100,00

Sumber : Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden berpenghasilan per bulan 2 – 5 juta yang mencapai 34 orang atau sekitar 34%, berpenghasilan per bulan < 1 juta yang mencapai 27 orang atau sekitar 27%, berpenghasilan per bulan 1-2 juta yang mencapai 30 orang atau sekitar 30%, berpenghasilan per bulan > 5 juta yang mencapai 9 orang atau sekitar 9%. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa pelanggan PO Maju Lancar cenderung tergolong memiliki penghasilan per bulan 2-5 Juta.

6. Frekuensi penggunaan Responden

Tabel 4.8. Frekuensi penggunaan Responden

Frekuensi penggunaan	Frekuensi	%
Sekali	0	0,00
1 – 2 Kali	19	19,00
3- 4 kali	30	30,00
> 5 kali	51	51,00
Total	100	100,00

Sumber : Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden memiliki Frekuensi penggunaan > 5 kali sebanyak 51 orang atau sekitar 51%, memiliki Frekuensi penggunaan 3-4 kali sebanyak 30 orang atau sekitar 30%, dan memiliki Frekuensi penggunaan 1-2 kali sebanyak 19 orang atau 19%.

4.3. Analisis Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada PO Maju Lancar dan apa dimensi kualitas pelayanan yang memiliki kinerja tinggi dan memerlukan perbaikan. Analisis data ini melalui dua tahap, yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

4.3.1. Analisis Gap

Data penelitian dikumpulkan dengan menyebarkan 100 kuesioner langsung pada responden yaitu pelanggan PO Maju Lancar Yogyakarta, semua angket yang disebarkan langsung pada responden dan jawaban yang kembali sejumlah 100 atau 100% kembali.

Analisis gap model servqual adalah menganalisis gap antara kinerja kualitas jasa yang ada (P) dengan kualitas jasa yang diinginkan (E).

- a) Jika $P > E$ maka dikatakan pelanggan merasa sangat puas
- b) Jika $P = E$ maka dikatakan pelanggan merasa puas
- c) Jika $P < E$ maka dikatakan pelanggan tidak puas

Hasil analisis gap adalah sebagai berikut:

a. Analisis gap Tingkat Kepuasan Pelayanan Dimensi *Reliability* (Keandalan Pelayanan).

Tabel 4.9. Tingkat Kepuasan Pelayanan Dimensi *Reliability* (Keandalan Pelayanan)

Dimensi	Mean Kinerja Pelayanan (P)	Mean Harapan (E)	Gap (P-E)	Keterangan
<i>Reliability</i> (Keandalan pelayanan)				
a. Pelayanan Bus harus tepat waktu (waktu keberangkatan dan kedatangan PO Maju Lancar).	3,340	2,740	0,600	Sangat Puas
b. Cara pembayaran tiket harus mudah	3,170	2,830	0,340	Sangat Puas
c. Pelayanan yang diberikan oleh PO Maju Lancar harus sesuai dengan yang dijanjikan.	3,100	2,910	0,190	Sangat Puas

Menurut hasil dari tabel di atas analisis gap setiap indikator pertanyaan kualitas Pelayanan dimensi *reliability* menunjukkan hasil sangat puas. Ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan (waktu keberangkatan dan kedatangan PO Maju Lancar) memiliki nilai kinerja pelayanan di atas harapan sehingga responden tergolong sangat puas. Kemudahan cara pembayaran tiket memiliki nilai kinerja pelayanan di atas harapan sehingga responden tergolong sangat puas. Pelayanan yang diberikan oleh PO Maju

Lancar sesuai dengan yang dijanjikan sebagai Bus pelayanan segala kebutuhan transportasi pelanggan memiliki nilai kinerja pelayanan di atas harapan sehingga responden tergolong sangat puas.

b. Analisis gap Tingkat Kepuasan Pelayanan Dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap Pegawai).

Tabel 4.10. Tingkat Kepuasan Pelayanan Dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap Pegawai)

Dimensi	Mean Kinerja Pelayanan (P)	Mean Harapan (E)	Gap (P-E)	Keterangan
<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap Pegawai)				
a. Pegawai harus tanggap dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.	3,340	3,600	-0,260	Tidak Puas
b. Pegawai melakukan pemrosesan pemesanan tiket secara tepat dan tidak bertele-tele	3,170	3,350	-0,180	Tidak Puas
c. Pegawai harus merespon dengan cepat permasalahan yang dihadapi pelanggan	2,979	3,180	-0,201	Tidak Puas

Menurut hasil dari tabel di atas analisis gap setiap indikator pertanyaan kualitas Pelayanan dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap Pegawai) menunjukkan hasil tidak puas. Indikator tanggap dalam

memberikan pelayanan kepada pelanggan memiliki nilai kinerja pelayanan di bawah harapan sehingga responden tergolong tidak puas. Pegawai melakukan pemrosesan pemesanan tiket secara tepat dan tidak bertele-tele memiliki nilai kinerja pelayanan di bawah harapan sehingga responden tergolong tidak puas. Indikator respon pegawai yang cepat terhadap permasalahan yang dihadapi pelanggan memiliki nilai kinerja pelayanan di bawah harapan sehingga responden tergolong tidak puas.

c. Analisis gap Tingkat Kepuasan Pelayanan Dimensi Assurance (Jaminan).

Tabel 4.11. Tingkat Kepuasan Pelayanan Dimensi Assurance (Jaminan)

Dimensi	Mean Kinerja Pelayanan (P)	Mean Harapan (E)	Gap (P-E)	Keterangan
<i>Assurance (Jaminan)</i>				
a. Pegawai Bus harus mampu menangani kebutuhan pelanggan	2,958	2,500	0,458	Sangat Puas
b. Harus terdapat kesesuaian antara tarif tiket dengan kenyamanan penumpang	3,053	3,040	0,013	Sangat Puas
c. Keamanan barang bawaan pelanggan harus dijaga dengan baik	2,947	2,490	0,457	Sangat Puas

Menurut hasil dari tabel di atas analisis gap setiap indikator pertanyaan kualitas Pelayanan dimensi *Assurance* (Jaminan) menunjukkan hasil sangat puas. Kemampuan pegawai dalam menangani pelanggan memiliki nilai kinerja pelayanan di atas harapan sehingga responden tergolong sangat puas. Kesesuaian antara tarif tiket dengan kenyamanan penumpang memiliki nilai kinerja pelayanan di atas harapan sehingga responden tergolong sangat puas. Keamanan barang bawaan pelanggan memiliki nilai kinerja pelayanan di atas harapan sehingga responden tergolong sangat puas.

d. Analisis gap Tingkat Kepuasan Pelayanan Dimensi *Emphaty* (Empati Pegawai PO Maju Lancar).

Tabel 4.12. Tingkat Kepuasan Pelayanan Dimensi *Emphaty* (Empati Pegawai PO Maju Lancar)

Dimensi	Mean Kinerja Pelayanan (P)	Mean Harapan (E)	Gap (P-E)	Keterangan
<i>Emphaty</i> (Empati Pegawai PO Maju Lancar)				
a. Karyawan harus peduli kepada pelanggan dalam bentuk informasi, untuk memudahkan pelanggan dalam mencari kebutuhannya	2,937	2,820	0,117	Sangat Puas
b. Karyawan harus peduli	3,000	2,660	0,340	Sangat Puas

terhadap keluhan pelanggan.

c. Karyawan harus ramah saat melayani.	2,947	2,240	0,707	Sangat Puas
--	-------	-------	-------	-------------

Menurut hasil dari tabel di atas analisis gap setiap indikator pertanyaan kualitas Pelayanan dimensi *Emphaty* (Empati Pegawai PO Maju Lancar) menunjukkan hasil sangat puas. Kepedulian karyawan kepada pelanggan dalam bentuk informasi, untuk memudahkan pelanggan dalam mencari kebutuhannya memiliki nilai kinerja pelayanan di atas harapan sehingga responden tergolong sangat puas. Kepedulian terhadap keluhan pelanggan memiliki nilai kinerja pelayanan di atas harapan sehingga responden tergolong sangat puas. Keramahan saat melayani memiliki nilai kinerja pelayanan di atas harapan sehingga responden tergolong sangat puas.

e. Analisis gap Tingkat Kepuasan Pelayanan Dimensi *Tangibles* (Bukti langsung).

Tabel 4.13. Tingkat Kepuasan Pelayanan Dimensi *Tangibles* (Bukti langsung)

Dimensi	Mean Kinerja Pelayanan (P)	Mean Harapan (E)	Gap (P-E)	Keterangan
<i>Tangibles</i> (Bukti langsung)				
a. Fasilitas pelayanan berupa AC dan reclining sheet	2,853	2,300	0,553	Sangat Puas

harus ada

b. Kelengkapan fasilitas pendukung seperti musik pada Bus PO Maju Lancar harus ada.	2,737	1,750	0,987	Sangat Puas
c. Ruang tunggu harus bersih dan nyaman	2,800	2,160	0,640	Sangat Puas
d. Tempat duduk harus bersih dan nyaman.	2,905	2,740	0,165	Sangat Puas
e. Bagasi harus luas	2,937	2,750	0,187	Sangat Puas
f. Pool Bus harus memadai.	2,979	2,830	0,149	Sangat Puas
g. Layout Bus harus rapi.	2,832	2,430	0,402	Sangat Puas

Menurut hasil dari tabel di atas analisis gap setiap indikator pertanyaan kualitas Pelayanan dimensi *Tangibles* (Bukti langsung) menunjukkan hasil sangat puas. Kelengkapan fasilitas pelayanan berupa AC dan reclining sheet harus ada memiliki nilai kinerja pelayanan di atas harapan sehingga responden tergolong sangat puas. Kelengkapan fasilitas pendukung seperti musik pada Bus PO Maju Lancar memiliki nilai kinerja pelayanan di atas harapan sehingga responden tergolong sangat puas. Kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu memiliki nilai kinerja pelayanan di atas harapan sehingga responden tergolong sangat puas. Bagasi harus luas memiliki nilai kinerja pelayanan di atas harapan sehingga responden tergolong sangat puas. Pool Bus harus memadai memiliki nilai kinerja pelayanan di atas harapan sehingga responden tergolong sangat puas. Kerapian Layout Bus memiliki

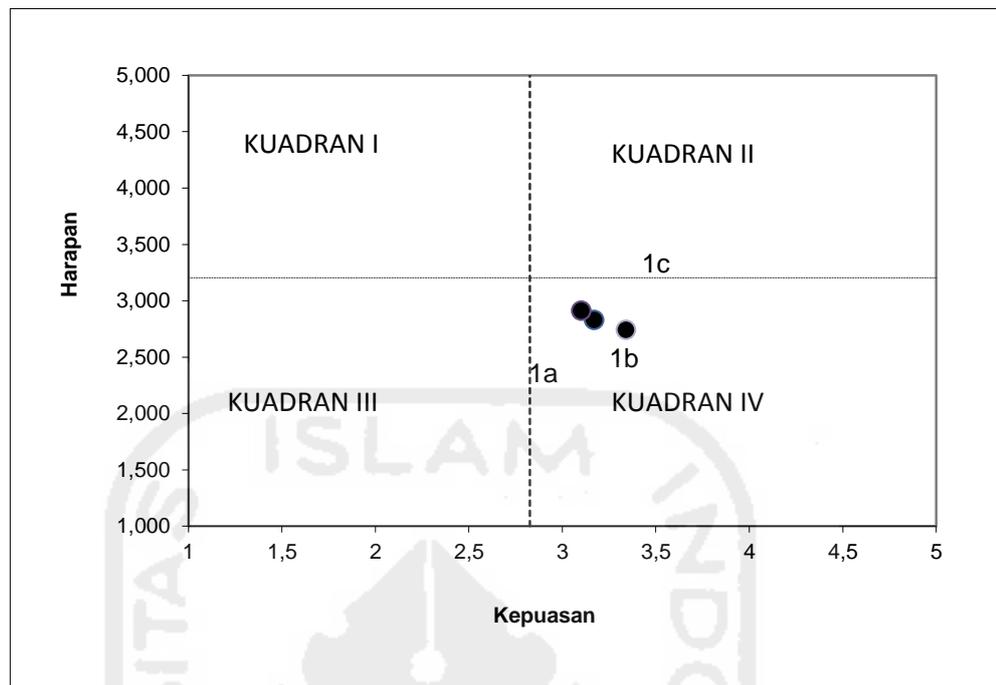
nilai kinerja pelayanan di atas harapan sehingga responden tergolong sangat puas.

Secara keseluruhan berdasarkan 5 tabel di atas di atas dapat diketahui bahwa rata-rata pelanggan di PO Maju Lancar menyatakan sangat puas terhadap 12 indikator pelayanan PO Maju Lancar atau 84,21%, tidak ada indikator pada tingkat puas, namun 3 indikator dimensi *responsiveness* pelayanan PO Maju Lancar (15,79%) berada pada tingkat tidak puas.

4.3.2. Analisis Cartesian

Analisis Cartesian dilakukan dengan cara membuat matriks antara kinerja pelayanan dengan harapan yang diinginkan terhadap pelayanan PO Maju Lancar berdasarkan lima dimensi pelayanan baik secara individual dimensi maupun kelima dimensi secara bersama-sama.

- a. *Reliability* (Keandalan pelayanan)



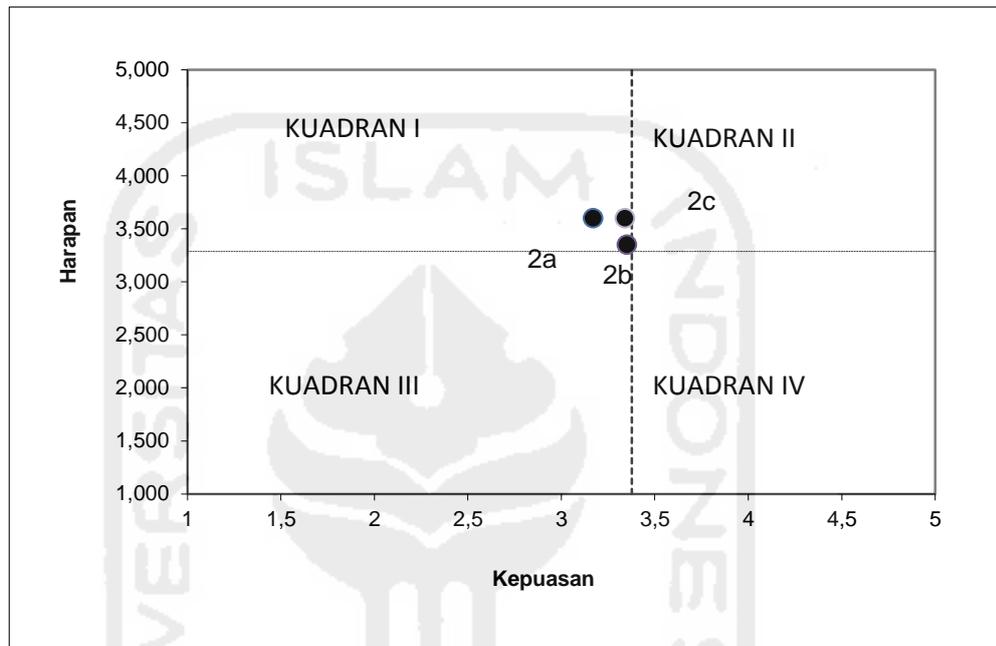
Gambar 4.1. Analisis Cartesian Dimensi Keandalan pelayanan

Sumber: Analisis Data Primer

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa seluruh pertanyaan dimensi reliability berada pada tingkat kepuasan yang tinggi dan tingkat harapan yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh PO Maju Lancar sesuai dengan yang dijanjikan sebagai Bus pelayanan segala kebutuhan transportasi pelanggan memiliki tingkat kepuasan dan harapan yang sama-sama tinggi sehingga atribut ini harus tetap dipertahankan, Kemudahan cara pembayaran tiket memiliki tingkat kepuasan dan tingkat harapan sama dengan rata-rata sehingga harus ditingkatkan, dan ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan (waktu keberangkatan dan kedatangan PO Maju Lancar) memiliki kinerja (performa) pelayanan di atas

harapan pelanggan sehingga pelanggan merasa sangat puas sehingga tidak perlu ditingkatkan.

b. *Responsiveness* (Daya tanggap Pegawai)



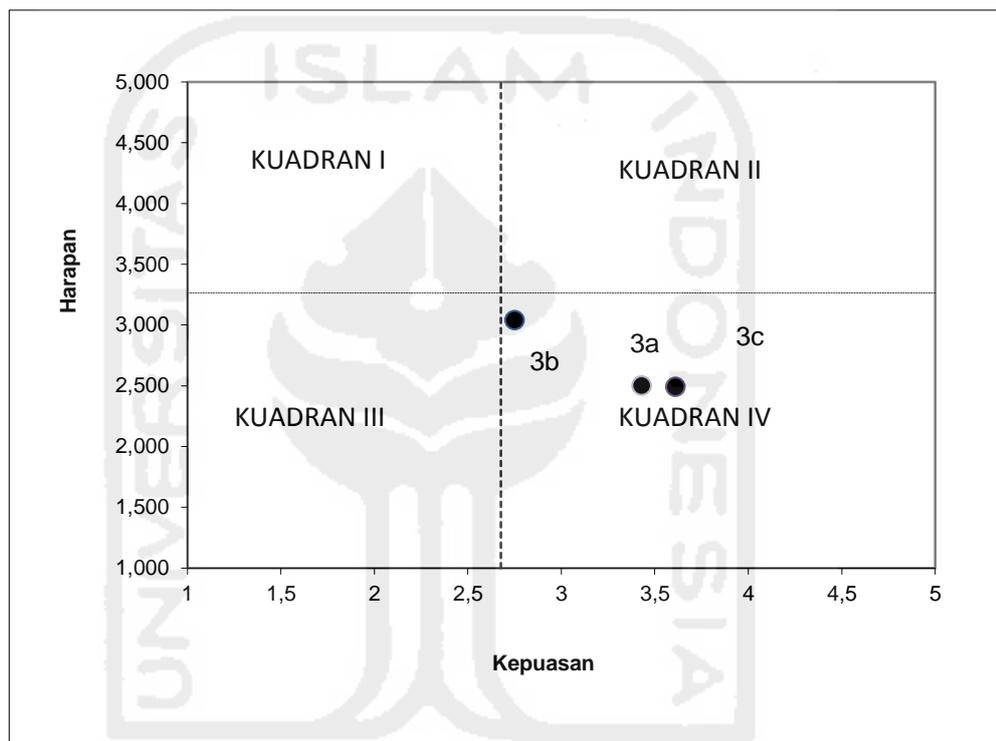
Gambar 4.2. Analisis Cartesien Dimensi Daya Tanggap

Sumber: Analisis Data Primer

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa seluruh pertanyaan (a) Pegawai harus tanggap dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. (b) Pegawai melakukan pemrosesan pemesanan tiket secara tepat dan tidak bertele-tele (c) Pegawai harus merespon dengan cepat permasalahan yang dihadapi pelanggan memiliki skor kepuasan di bawah rata-rata namun memiliki skor harapan di atas rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga

atribut responsivitas tersebut kinerja pelayanannya perlu ditingkatkan agar dapat memenuhi harapan pelanggan.

c. *Assurance* (Jaminan)



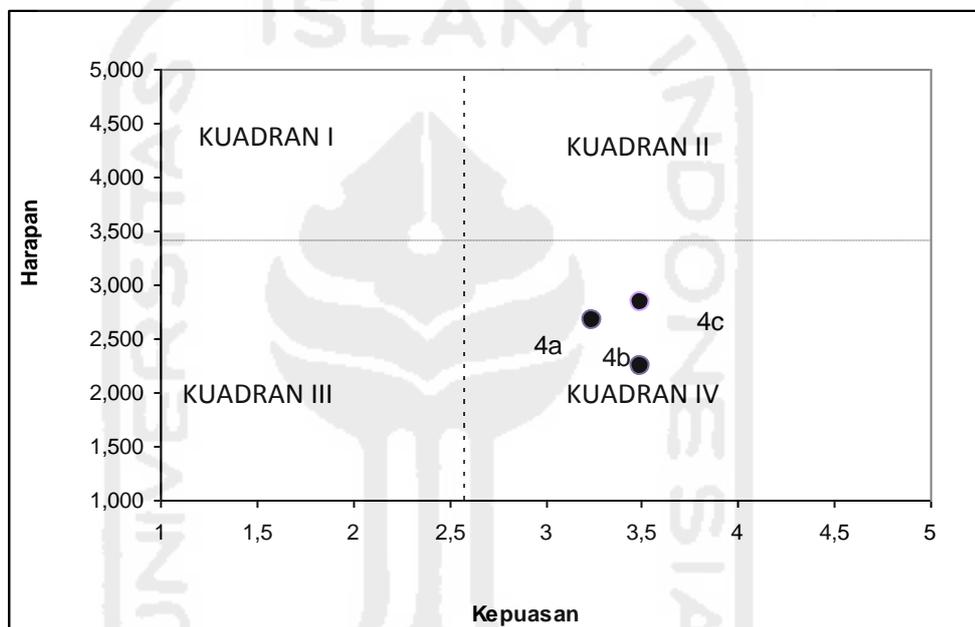
Gambar 4.3. Analisis Cartesian Dimensi Jaminan

Sumber: Analisis Data Primer

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa pertanyaan (a) Pegawai Bus harus mampu menangani kebutuhan pelanggan (b.) Harus terdapat kesesuaian antara tarif tiket dengan kenyamanan penumpang (c) Keamanan barang bawaan pelanggan harus dijaga dengan baik memiliki

tingkat kepuasan yang tinggi dan tingkat harapan yang rendah. Hal ini menunjukkan ketiga indikator dimensi *assurance* (Jaminan) memiliki kinerja (performa) pelayanan di atas harapan pelanggan sehingga pelanggan merasa sangat puas sehingga tidak perlu ditingkatkan.

d. *Emphaty* (Empati Pegawai PO Maju Lancar)



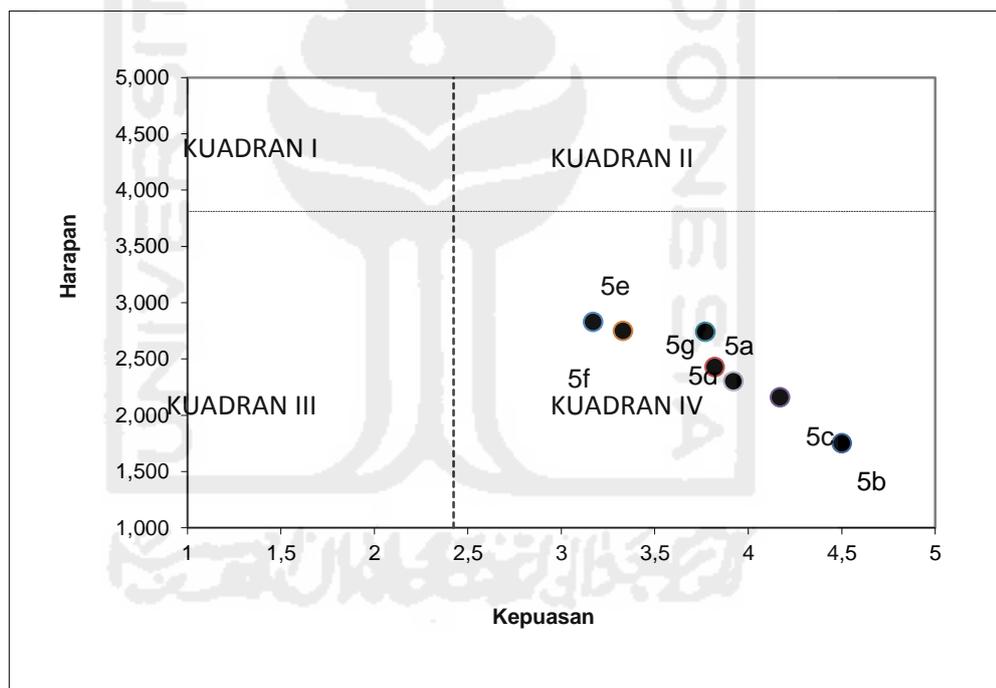
Gambar 4.4. Analisis Cartesian Dimensi Empati

Sumber: Analisis Data Primer

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa pertanyaan (a) Karyawan harus peduli kepada pelanggan dalam bentuk informasi, untuk memudahkan pelanggan dalam mencari kebutuhannya (b) Karyawan harus peduli terhadap keluhan pelanggan. (c) Karyawan harus ramah saat melayani. memiliki tingkat kepuasan yang tinggi dan tingkat harapan yang

rendah. Hal ini menunjukkan ketiga indikator dimensi *Empathy* (Empati Pegawai PO Maju Lancar) memiliki kinerja (performa) pelayanan di atas harapan pelanggan sehingga pelanggan merasa sangat puas sehingga tidak perlu ditingkatkan.

e. *Tangibles* (Bukti langsung)



Gambar 4.5. Analisis Cartesian Dimensi Bukti Langsung

Sumber: Analisis Data Primer

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa pertanyaan (a) Fasilitas pelayanan berupa AC dan reclining sheet harus ada (b) Kelengkapan fasilitas pendukung seperti musik pada Bus PO Maju Lancar harus ada (c) Ruang tunggu harus bersih dan nyaman (d) Tempat duduk harus bersih dan nyaman (e) Bagasi harus luas (f) Pool Bus harus memadai (g) Layout Bus harus rapi. memiliki tingkat kepuasan yang tinggi dan tingkat harapan yang rendah. Hal ini menunjukkan seluruh indikator dimensi *Tangibles* (Bukti langsung) memiliki kinerja (performa) pelayanan di atas harapan pelanggan sehingga pelanggan merasa sangat puas sehingga tidak perlu ditingkatkan.

f. .Rata-rata

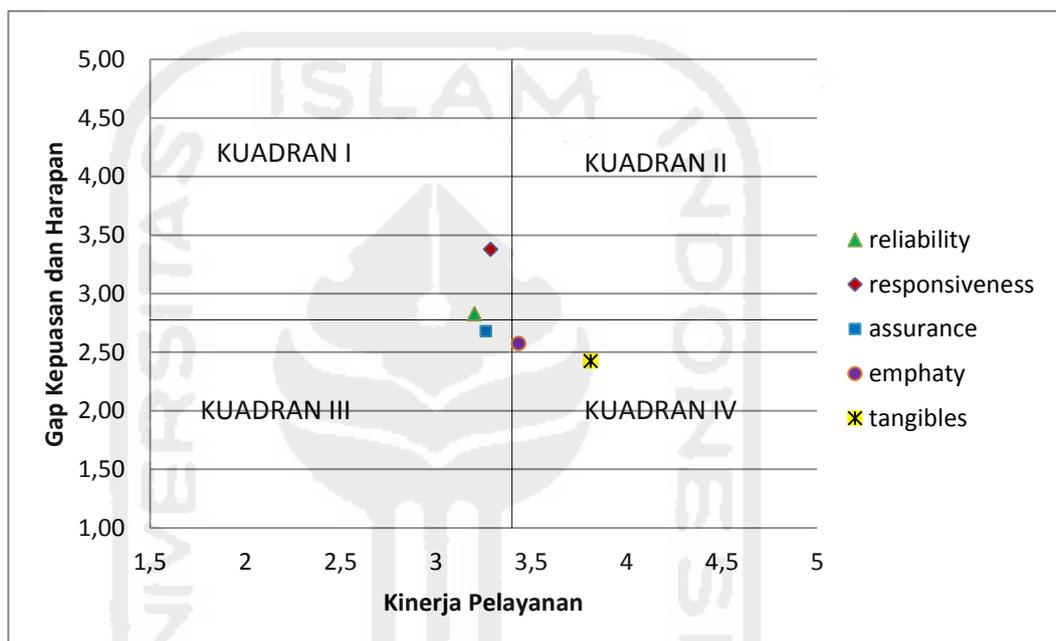
Sebelum dilakukan analisis cartesius rata-rata masing-masing dimensi terlebih dahulu dibuat matriks. Matriks dibuat dari hasil rata-rata lima dimensi pelayanan sebagai berikut:

Tabel 4.14. Rata-Rata Kepuasan dan Gap Harapan Lima Dimensi Pelayanan

Dimensi	Kepuasan	Harapan	Gap
<i>Reliability</i> (Keandalan pelayanan)	3,203	2,827	0,377
<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap Pegawai)	3,287	3,377	-0,090
<i>Assurance</i> (Jaminan)	3,263	2,677	0,587

<i>Emphaty</i> (Empati Pegawai PO Maju Lancar)	3,433	2,573	0,860
<i>Tangibles</i> (Bukti langsung)	3,811	2,423	1,389

Berdasarkan tabel di atas kemudian dibuat diagram cartesian sebagai berikut:



Gambar 4.6. Analisis Cartesian Total

Sumber: Analisis Data Primer

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa dari kelima dimensi kepuasan pelanggan PO Maju Lancar, dimensi tangibles menempati posisi teratas yaitu dengan tingkat kinerja pelayanan di atas rata-rata dan tingkat kinerja di atas harapan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dimensi tangibles (bukti nyata) yang disusul oleh dimensi emphaty

merupakan dimensi yang memiliki pengaruh paling dominan dari kepuasan pelanggan.

Pelanggan PO Maju Lancar sudah merasa puas dengan pelayanan PO Maju Lancar dalam kuadran I dan PO Maju Lancar sudah memprioritaskan masing-masing indikator tersebut. Pengelolaannya yang harus optimal dalam memenuhi tingkat kesesuaian antara nilai kepentingan/harapan dengan nilai Kinerja/pelaksanaan. Dengan hasil dari kuadran I, secara substantif indikator-indikator tersebut tidak sekedar sebagai prioritas yang utama dengan pengoptimalan pengelolaan. Dalam penelitian ini didapat bahwa Kinerja yang dilakukan oleh pihak PO Maju Lancar dinilai oleh Pelanggan PO Maju Lancar dapat memuaskan Pelanggan PO Maju Lancar.

Pihak PO Maju Lancar belum memprioritaskan indikator-indikator dalam kuadran II tersebut untuk dipertahankan prestasinya dan pada kuadran II ini bahwa Pelanggan PO Maju Lancar merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan pihak PO Maju Lancar. Dengan demikian pihak PO Maju Lancar tidak hanya mempertahankan prestasinya, tetapi juga harus meningkatkan lagi nilai yang terkandung dalam indikator-indikator menjadi optimal sehingga kepuasan Pelanggan PO Maju Lancar juga bisa dioptimalkan. Hal ini secara riil dalam penelitian ini kinerja PO Maju Lancar dalam memberikan pelayanannya kepada Pelanggan PO Maju Lancar sudah baik dan Pelanggan PO Maju Lancar merasa puas.

Pelanggan PO Maju Lancar merasa puas dengan pelayanan dalam kuadran III. Hal ini berarti bahwa meskipun pihak PO Maju Lancar menganggap bahwa indikator tersebut sebagai suatu item yang harus dikelola dengan prioritas rendah akan tetapi pengelolaan atas butir tersebut belum optimal. Hal ini secara riil dalam penelitian ini kinerja PO Maju Lancar dinilai memberikan rasa puas bagi Pelanggan PO Maju Lancar dengan kinerja yang diberikan.

Indikator-indikator yang ada di kuadran IV ini di atas nilai rata-rata keseluruhan dimensi kualitas pelayanan pada tingkat kepentingan/harapan Pelanggan PO Maju Lancar dan diatas nilai rata-rata keseluruhan dimensi kualitas pelayanan pada tingkat kinerja/pelaksanaan PO Maju Lancar. Dari hasil tersebut bahwa Pelanggan PO Maju Lancar dianggap merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh pihak PO Maju Lancar melalui indikator tersebut. Dengan demikian secara substantif indikator tersebut mempunyai prioritas rendah dan dianggap berlebihan dalam pengelolaannya. Akan tetapi lebih baik lagi jika sebagian perhatian dalam indikator-indikator pada kuadran A yang menjadi prioritas utama dalam pengelolaannya. Hal ini secara riil dalam penelitian ini kinerja PO Maju Lancar dinilai memberikan kinerja yang memuaskan bagi para Pelanggan PO Maju Lancar.

Pelanggan PO Maju Lancar dianggap merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh pihak PO Maju Lancar melalui indikator tersebut. Dengan demikian secara substantif indikator tersebut mempunyai prioritas rendah dan dianggap berlebihan dalam pengelolaannya. Akan tetapi lebih

baik lagi, jika sebagian perhatian dalam indikator-indikator pada kuadran I yang menjadi prioritas utama dalam pengelolaannya. Hal ini secara riil dalam penelitian ini kinerja PO Maju Lancar dinilai memberikan kinerja yang memuaskan bagi para Pelanggan PO Maju Lancar.

4.3.3. *Costumer Satisfaction Index (CSI)*

Costumer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur. Berikut ini hasil perhitungan *Costumer Satisfaction Index (CSI)*:

- a. Menentukan *Mean Importance Score (MIS-i)* dan *Mean Satisfication Score (MSS)*.

Nilai ini didapat dari nilai rata-rata tingkat kepentingan dan rata-rata tingkat kinerja tiap atribut.

**Tabel 4.15. Hasil *Mean Importance Score (MIS-i)*
dan *Mean Satisfication Score (MSS)***

Variabel	Nilai
<i>Mean Importance Score (MIS-i)</i>	13,88
<i>Mean Satisfication Score (MSS)</i>	17,00

Sumber : Data Primer Diolah, 2016.

b. Menentukan *Weight Factor* (WF).

Weight Factor (WF) adalah fungsi dari *Mean Importance Score* atau nilai dari rata-rata tingkat kepentingan (MIS-i) masing-masing atribut yang dinyatakan dalam bentuk persen terhadap total *Mean Importance Score* untuk seluruh atribut yang diuji.

Tabel 4.16. Hasil *Weight Factor* (WF)

Variabel	Nilai
WF1	20,37%
WF2	24,33%
WF3	19,29%
WF4	18,54%
WF5	17,46%

Sumber : Data Primer Diolah, 2016.

c. Menentukan *Weighted Score* (WS)

Weighted Score (WS) adalah fungsi dari *Mean Satisfication Score* (MSS) dikali dengan *Weighting Factor* (WF). *Mean Satisfication Score* atau nilai rata tingkat kepuasan diperoleh dari nilai rata-rata tingkat *performance* atau nilai rata-rata tingkat kinerja dari suatu atribut

Tabel 4.17. Hasil *Weighted Score* (WS)

Variabel	Nilai
WF1	65,25%
WF2	79,98%
WF3	62,95%
WF4	63,67%
WF5	66,55%

Sumber : Data Primer Diolah, 2016.

- d. Menentukan *Weight Average Total* (WAT)

Weight Average Total (WAT) adalah fungsi dari total *Weighted Score* (WS) atribut ke-1 (α_1) hingga atribut ke-n (α_n).

Tabel 4.18. Hasil *Weighted Score* (WS)

Variabel	Nilai
WAT	3,38

Sumber : Data Primer Diolah, 2016.

- e. Menentukan Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Customer Satisfaction Index yaitu fungsi dari nilai *Weight Average* (WA) dibagi dengan *Highest Scale* (HS) atau yang dinyatakan dalam bentuk persen. Skala maksimum diperoleh dari ukuran skala *Likert* yang digunakan dalam pembobotan tingkat kepentingan dan kinerja, maka dalam penelitian ini skala maksimum yang digunakan yaitu lima

Tabel 4.19. Hasil *Costumer Satisfaction Index* (CSI)

Interval Skala	WAT	Jumlah Dimensi (JD)	CSI = WAT/JD	Kategori
0,61 – 0,80	3,38	5	67,68%	Puas

Sumber : Data Primer Diolah, 2016.

Berdasarkan Tabel 4.19 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui sebagian besar responden (67,68%) puas terhadap Kinerja dan Harapan Pelanggan PO Maju Lancar. Hal ini menunjukkan bahwa responden puas terhadap aitem *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

BAB V

PEMBAHASAN

Setiap perusahaan yang memasarkan suatu produk berupa barang atau jasa selalu menginginkan pelanggan atau pelanggan merasa puas terhadap jasa yang ditawarkan. Menurut Gasperz (2002) pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada *performance* perusahaan, sedangkan menurut Kotler (2007) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Yu, Chang dan Huang (2006), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sebagai evaluasi pelanggan setelah berperilaku membeli pada tempat dan waktu tertentu. Kepuasan pelanggan juga akan berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan operasional dari perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan analisis Cartesian dapat diketahui bahwa dari kelima dimensi kepuasan pelanggan PO Maju Lancar, dimensi tangibles menempati posisi teratas yaitu dengan tingkat kinerja pelayanan di atas rata-rata dan tingkat kinerja di atas harapan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dimensi tangibles (bukti nyata) yang disusul oleh dimensi empathy merupakan dimensi yang memiliki pengaruh paling dominan dari kepuasan pelanggan.

Berdasarkan analisis CSI dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui sebagian besar responden (67,68%) puas terhadap Kinerja dan Harapan Pelanggan PO Maju Lancar. Hal ini menunjukkan bahwa responden puas terhadap aitem *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Langkah yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar terpenuhi di PO Maju Lancar adalah dengan cara menganalisis hasil analisis Cartesian sebagai berikut:

5. Kuadran pertama (I), terdapat dimensi pelayanan *Responsiveness* (Daya tanggap Pegawai) dan *Reliability* (Keandalan pelayanan) yang memerlukan pemrioritasan penanganan untuk ditingkatkan pelayanannya oleh manajemen PO Maju Lancar karena kepentingan tinggi, sedangkan tingkat kepuasan rendah.
6. Kuadran ketiga (III), terdapat dimensi *Assurance* (Jaminan) masuk dalam daerah prioritas rendah karena tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga rendah. Pada kuadran ini terdapat beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Namun perusahaan harus selalu menampilkan sesuatu yang lebih baik di antara kompetitor yang lain.
7. Kuadran keempat (IV), terdapat dimensi *Empathy* (Empati Pegawai PO Maju Lancar) dan *Tangibles* (Bukti langsung) merupakan dimensi yang berlebihan performanya menurut konsumen karena merupakan faktor yang tidak penting bagi pelanggan, akan tetapi oleh perusahaan melaksanakan

dimensi ini dengan sangat baik. Selain itu karena tingkat kepentingannya rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja tinggi, menjadikan dimensi ini bukan merupakan prioritas yang harus dibenahi.

Berdasarkan uraian di atas maka untuk meningkatkan kepuasan konsumen maka dimensi *responsiveness* merupakan dimensi yang harus ditingkatkan dan dibenahi. Hal ini didukung juga oleh hasil analisis gap yang menunjukkan bahwa ketiga pertanyaan dalam dimensi *responsiveness* yang dirasakan tidak memuaskan oleh konsumen yang berarti bahwa untuk meningkatkan kepuasan konsumen PO Maju Lancar perlu :

- a. Meningkatkan daya tanggap Pegawai PO Maju Lancar dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- b. Mempercepat dan membuat prosedur sederhana mengenai pemrosesan transaksi
- c. Meningkatkan respon Pegawai PO Maju Lancar dalam menanggapi permasalahan yang dihadapi pelanggan

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa responden sudah puas terhadap kualitas pelayanan PO Maju Lancar, Gunungkidul ditinjau dari aspek *tangible*, *reliability*, *responsive*, *assurance*, dan *emphathy* PO Maju Lancar, Gunungkidul dimana nilai kinerja lebih besar dari nilai harapan Pelanggan. Hasil ini didukung oleh hasil analisis *Costumer Satisfaction Index* (CSI) yang diketahui kebanyakan responden (67,68%) puas terhadap Kinerja dan Harapan Pelanggan PO Maju Lancar, Gunungkidul. Hal ini menunjukkan bahwa responden puas terhadap aitem *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.
2. Langkah yang dapat digunakan untuk semakin meningkatkan kepuasan konsumen adalah peningkatan dimensi *responsiveness*. Berarti untuk meningkatkan kepuasan konsumen PO Maju Lancar perlu :
 - d. Meningkatkan daya tanggap Pegawai PO Maju Lancar dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
 - e. Mempercepat dan membuat prosedur sederhana mengenai pemrosesan pemesanan tiket
 - f. Meningkatkan respon Pegawai PO Maju Lancar dalam menangani permasalahan yang dihadapi pelanggan

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai variabel yang prioritasnya tinggi, maka dapat diberikan saran pada PO Maju Lancar, Gunungkidul, yaitu :

1. Sehubungan dengan diketahui kebanyakan responden puas terhadap Kinerja dan Harapan Pelanggan PO Maju Lancar, Gunungkidul, maka dapat disarankan PO Maju Lancar, Gunungkidul dapat membuat rancangan strategi alternatif kebijakan pelayanan yang tepat untuk PO Maju Lancar, Gunungkidul dengan tetap mempertahankan harga atau tidak menaikkan harga di masa yang akan datang baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.
2. Disarankan PO Maju Lancar, Gunungkidul mengoptimalkan aspek yang terdapat di dalam kuadran I dengan cara meningkatkan kesimpatikan dan perhatian sikap pegawai yang dikenakan ke pelanggan secara rinci, meningkatkan kemampuan pegawai, dan pegawai meningkatkan perhatian dalam memberikan pelayanan. Dengan demikian, maka PO Maju Lancar, Gunungkidul dapat mampu memberikan rasa yang lebih puas bagi pelanggan atas kenyataan atau kinerja yang diberikan oleh PO Maju Lancar, Gunungkidul.

DAFTAR PUSTAKA

- Gaspersz, V. 2002, *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*, Jakarta, Gramedia: Pustaka Utama.
- Hwang, S. 2008. A Model of Perceived Service Quality, Price, Overall Customer Satisfaction, and Revisit Intentions and Differences Between Casual and Serious Golfers, *Dissertation Submitted to the Graduate Faculty of The University of Georgia*
- Irawan, H. 2003. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Kotler, P. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid I dan 2 (Terjemahan)*, Jakarta: Prenhallindo.
- Lien, *et al.*, 2011. Investigating the Relationships among E-Service Quality, Perceived Value, Satisfaction, and Behavioral Intentions in Taiwanese Online Shopping, *Asia Pacific Management Review* 16(3) (2011) 211-223.
- Mukhsalmina dan Jeluddin D. 2014. Analisa Tingkat Pelayanan Bus Dengan Metode Importance Performance Analysis (Studi Kasus : Bus Kurniadan Bus PMTOH), *Jurnal Universitas Sumatera Utara* Vol 3, No 1 (2014)
- Rahayu, S. 2005. *SPSS Versi 12.00 Dalam Riset Pemasaran*, Bandung: CV.ALFABETA.
- Rangkuti, F. 2006, *Measuring Customer Satisfaction. Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Santoso, S. 2005. *Menguasai Statistik di Era Informasi SPSS 16.0.*, Jakarta: Elek Media Komputindo
- Tyrrell, T.J. and Mark J.O. 2004. Importance-Performance Analysis: Some Recommendations from an Economic Planning Perspective, *Tourism Analysis*, Volume 9, Number 2, 2004, pp. 63-76.
- Supranto, J. 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Jakarta: Rineke Cipta
- Tjiptono, F. 2006. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Penerbit Andy

Yu C.H., Hsiu C.C., Gow L.H. 2006, A Study of Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Taiwanese Leisure Industry. *The Journal of American Academy of Business*, Cambridge. Vol.9. Num.1



Yogyakarta, November 2016

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i

Dengan hormat,

Sehubungan dengan **Skripsi** yang harus saya selesaikan guna meraih gelar Sarjana Teknik, saya bermaksud mengadakan penelitian pada PO Maju Lancar. Untuk menunjang penelitian tersebut saya bermaksud menyebar kuesioner. Dengan segala kerendahan hati perkenankanlah saya *memohon kesediaan*/bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi daftar pertanyaan dan pendapat yang ada di dalam kuisisioner terlampir.

Kuisisioner ini bertujuan untuk mengumpulkan jawaban serta pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i mengenai kualitas pelayanan PO Maju Lancar, dimana hal tersebut akan sangat berguna sebagai masukan bagi PO Maju Lancar untuk meningkatkan kualitas layanan Bus Adapun *jawaban* dari Bapak/Ibu/Saudara/i akan saya *rahasiakan* sehingga tidak mengganggu keperluan Bapak/Ibu/Saudara/i pada aktivitas selanjutnya.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi pertanyaan yang ada, serta mengembalikannya kepada saya setelah selesai, dan untuk segala bantuannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Peneliti

I. KARAKTERISTIK RESPONDEN

Petunjuk: Saudara diminta menjawab pertanyaan dibawah ini dengan memberikan tanda(X) pada kotak yang telah tersedia.

1. Jenis Kelamin

- Laki-laki
- Perempuan

2. Pendidikan terakhir

- SD SLTA
- SLTP PT

3. Pekerjaan anda:

- Pelajar / mahasiswa Pegawai negeri / ABRI
- Petani/Pedagang Pegawai swasta / wiraswasta

4. Usia

- 20-29 40-49
- 30-39 50-59

5. Penghasilan per bulan

- < 1 juta. 2- 5 juta
- 1 – 2 juta > 5 juta

6. Frekuensi penggunaan ke PO Maju Lancar dalam satu tahun:

- Satu Kali
- 2-3 kali
- 4-5 kali
- > 5 kali

II. IDENTIFIKASI HARAPAN

Berikanlah penilaian tentang harapan layanan menurut anda tentang hal-hal yang berkaitan dengan kualitas layanan Bus di PO Maju Lancar dengan memberikan tanda silang (X) di bawah ini:

Keterangan:

1. Sangat Tidak Setuju = STS
2. Tidak Setuju = TS
3. Cukup Setuju = CS
4. Setuju = S
5. Sangat Setuju = SS

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1	<p><i>Reliability</i> (Keandalan pelayanan)</p> <p>a. Pelayanan Bus harus tepat waktu (waktu keberangkatan dan kedatangan PO Maju Lancar).</p> <p>b. Cara pembayaran tiket harus mudah</p> <p>c. Pelayanan yang diberikan oleh PO Maju Lancar harus sesuai dengan yang dijanjikan.</p>					
2	<p><i>Responsiveness</i> (Daya tanggap Pegawai)</p> <p>a. Pegawai harus tanggap dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.</p> <p>b. Pegawai melakukan pemrosesan pemesanan tiket secara tepat dan tidak bertele-tele</p> <p>c. Pegawai harus merespon dengan cepat permasalahan yang dihadapi pelanggan</p>					
3	<p><i>Assurance</i> (Jaminan)</p> <p>a. Pegawai Bus harus mampu menangani kebutuhan pelanggan</p> <p>b. Harus terdapat kesesuaian antara tarif tiket dengan kenyamanan penumpang</p> <p>c. Keamanan barang bawaan pelanggan harus dijaga dengan baik</p>					
4	<p><i>Empathy</i> (Empati Pegawai PO Maju Lancar)</p> <p>a. Karyawan harus peduli kepada</p>					

	<p>pelanggan dalam bentuk informasi, untuk memudahkan pelanggan dalam mencari kebutuhannya</p> <p>b. Karyawan harus peduli terhadap keluhan pelanggan.</p> <p>c. Karyawan harus ramah saat melayani.</p>					
5	<p><i>Tangibles</i> (Bukti langsung)</p> <p>a. Fasilitas pelayanan berupa AC dan reclining sheet harus ada</p> <p>b. Kelengkapan fasilitas pendukung seperti musik pada Bus PO Maju Lancar harus ada.</p> <p>c. Ruang tunggu harus bersih dan nyaman</p> <p>d. Tempat duduk harus bersih dan nyaman.</p> <p>e. Bagasi harus luas</p> <p>f. Pool Bus harus memadai.</p> <p>g. Layout Bus harus rapi.</p>					

III. IDENTIFIKASI TINGKAT KEPUASAN (Persepsi)

Berilah penilaian tentang apa yang anda rasakan selama mendapatkan pelayanan di PO Maju Lancar berkaitan terhadap hal-hal yang menyangkut dengan kualitas layanan disini dengan memberikan tanda silang (X) di bawah ini!

Keterangan:

1. Sangat Tidak Puas = STP
2. Tidak Puas = TP
3. Cukup Puas = CP
4. Puas = P
5. Sangat Puas = SP

No	Pertanyaan	STP	TP	CP	P	SP
1	<p><i>Reliability</i> (Keandalan pelayanan)</p> <p>a. Pelayanan Bus harus tepat waktu (waktu keberangkatan dan kedatangan PO Maju Lancar).</p> <p>b. Cara pembayaran tiket harus mudah</p> <p>c. Pelayanan yang diberikan oleh PO Maju Lancar harus sesuai dengan yang</p>					

	dijanjiikan.					
2	<p><i>Responsiveness</i> (Daya tanggap Pegawai)</p> <p>a. Pegawai harus tanggap dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.</p> <p>b. Pegawai melakukan pemrosesan pemesanan tiket secara tepat dan tidak bertele-tele</p> <p>c. Pegawai harus merespon dengan cepat permasalahan yang dihadapi pelanggan</p>					
3	<p><i>Assurance</i> (Jaminan)</p> <p>a. Pegawai Bus harus mampu menangani kebutuhan pelanggan</p> <p>b. Harus terdapat kesesuaian antara tarif tiket dengan kenyamanan penumpang</p> <p>c. Keamanan barang bawaan pelanggan harus dijaga dengan baik</p>					
4	<p><i>Emphaty</i> (Empati Pegawai PO Maju Lancar)</p> <p>a. Karyawan harus peduli kepada pelanggan dalam bentuk informasi, untuk memudahkan pelanggan dalam mencari kebutuhannya</p> <p>b. Karyawan harus peduli terhadap keluhan pelanggan.</p> <p>c. Karyawan harus ramah saat melayani.</p>					
5	<p><i>Tangibles</i> (Bukti langsung)</p> <p>a. Fasilitas pelayanan berupa AC dan reclining sheet harus ada</p> <p>b. Kelengkapan fasilitas pendukung seperti musik pada Bus PO Maju Lancar harus ada.</p> <p>c. Ruang tunggu harus bersih dan nyaman</p> <p>d. Tempat duduk harus bersih dan nyaman.</p> <p>e. Bagasi harus luas</p> <p>f. Pool Bus harus memadai.</p> <p>g. Layout Bus harus rapi.</p>					

DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

No	1	2	3	4	5	6
	Jenis Kelamin	Pendidikan terakhir	Pekerjaan Saudara/i	Usia	Penghasilan per bulan	Frekuensi Penggunaan
1	1	3	4	2	3	2
2	1	3	4	3	2	4
3	1	3	4	2	1	2
4	1	3	4	2	1	3
5	1	3	4	2	2	3
6	2	3	4	2	1	4
7	1	4	4	2	3	4
8	1	4	4	2	4	4
9	1	2	2	3	3	3
10	2	3	4	2	3	3
11	1	3	4	3	2	4
12	1	3	4	2	1	2
13	1	3	4	2	1	3
14	1	4	4	2	3	3
15	1	4	4	3	3	4
16	1	4	3	3	3	4
17	1	3	4	2	3	2
18	2	3	4	2	1	4
19	1	4	4	2	2	4
20	1	4	4	2	4	4
21	1	3	4	2	1	2
22	1	3	4	2	1	3
23	1	4	4	2	2	3
24	1	3	4	3	2	4
25	1	4	3	3	2	4
26	1	3	4	2	3	2
27	2	3	4	2	1	4
28	1	4	4	2	3	4
29	1	4	4	2	4	4
30	1	2	2	3	3	3
31	2	3	4	2	2	3
32	1	3	4	3	2	4
33	1	3	4	2	1	2
34	1	3	4	2	1	3
35	1	4	4	2	3	3
36	1	4	4	3	3	4

37	1	4	3	3	2	4
38	1	3	4	2	3	2
39	2	3	4	2	1	4
40	1	3	3	2	2	4
41	1	4	4	2	4	4
42	1	3	3	2	1	2
43	1	3	4	2	1	3
44	1	4	4	2	3	3
45	1	4	4	3	3	4
46	1	4	3	3	3	4
47	1	3	4	2	3	2
48	2	3	4	2	1	4
49	1	4	4	2	2	4
50	1	4	4	2	4	4
51	1	2	2	3	3	3
52	2	3	4	2	2	3
53	1	3	4	3	2	4
54	1	3	4	2	1	2
55	1	3	4	2	1	3
56	1	4	4	2	2	3
57	1	4	4	3	2	4
58	1	4	3	3	2	4
59	1	3	4	2	3	2
60	2	3	4	2	1	4
61	1	4	4	2	2	4
62	1	4	4	2	4	4
63	1	3	4	2	1	2
64	1	3	4	2	1	3
65	1	4	3	2	2	3
66	1	4	4	3	2	4
67	1	4	3	3	2	4
68	1	3	4	2	3	2
69	2	3	4	2	1	4
70	1	4	4	2	2	4
71	1	4	4	2	4	4
72	1	2	2	3	3	3
73	2	3	4	2	2	3
74	1	3	4	3	2	4
75	1	3	4	2	3	2

76	1	3	3	2	1	3
77	1	4	4	2	2	3
78	1	4	4	3	2	4
79	1	4	3	3	2	4
80	1	3	4	2	3	2
81	2	3	4	2	1	4
82	1	4	4	2	3	4
83	1	4	4	2	4	4
84	1	3	4	2	1	2
85	1	3	4	2	1	3
86	1	4	4	2	3	3
87	1	4	4	3	2	4
88	1	4	3	3	3	4
89	1	3	4	2	3	2
90	2	3	4	2	1	4
91	1	4	4	2	2	4
92	1	3	3	2	4	4
93	1	2	2	3	3	3
94	2	3	4	2	3	3
95	1	3	3	3	2	4
96	1	3	4	2	1	2
97	1	3	4	2	3	3
98	1	3	4	2	3	3
99	1	4	4	3	3	4
100	1	4	3	3	3	4

الجامعة الإسلامية

DATA KUISIONER HARAPAN KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN

No	1			2			3			4			5							Re rat a	Re rat a						
	a	b	c	Re rat a	a	b	c	Re rat a	a	b	c	Re rat a	a	b	c	d	e	f	g								
1	5	3	4	4,00	3	3	3	3,00	3	4	3	3,33	3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,00	3,23
2	2	3	3	2,67	5	4	3	4,00	2	3	2	2,33	3	3	1	2,33	2	1	1	3	3	3	3	3	3	2,29	2,67
3	1	3	2	2,00	4	4	4	4,00	3	3	2	2,67	2	2	2	2,00	2	1	2	2	3	3	3	3	3	2,29	2,55
4	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	2	2	2	2,00	2	2	2	2,00	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2,00	2,35
5	5	3	4	4,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,00	3,17
6	3	2	3	2,67	3	3	3	3,00	2	3	2	2,33	3	3	2	2,67	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2,29	2,55
7	4	4	4	4,00	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3,57	3,52
8	4	3	4	3,67	3	4	2	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	2	2	4	4	3	2	2	2,86	3,07	
9	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	2	3	3	2,67	3	3	1	2,33	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1,71	2,49
10	2	3	3	2,67	3	3	3	3,00	1	2	1	1,33	2	2	2	2,00	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1,57	2,04
11	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	2	2	3	3	3	2	2	2	1,57	2,93
12	2	3	2	2,33	4	3	4	3,67	2	3	2	2,33	2	2	2	2,00	2	2	3	3	3	4	2	2	2	1,71	2,62
13	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	4	2	2	2,67	2	2	2	2	2	3	3	3	2	1,29	2,72
14	2	3	3	2,67	5	4	3	4,00	2	3	2	2,33	3	3	1	2,33	2	1	1	3	3	3	3	3	3	2,29	2,67
15	1	3	2	2,00	4	4	4	4,00	3	3	2	2,67	2	2	2	2,00	2	1	2	2	3	3	3	3	3	1,29	2,55
16	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	2	2	2	2,00	2	2	2	2,00	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2,00	2,35
17	5	3	4	4,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,00	3,17
18	3	2	3	2,67	3	3	3	3,00	2	3	2	2,33	3	3	2	2,67	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1,29	2,55
19	4	4	4	4,00	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3,57	3,52
20	4	3	4	3,67	3	4	2	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	2	2	4	4	3	2	2	2	1,86	3,07
21	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	2	3	3	2,67	3	3	1	2,33	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1,71	2,49
22	2	3	3	2,67	3	3	3	3,00	1	2	1	1,33	2	2	2	2,00	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1,57	2,04

23	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	2	2	3	3	3	2	2,57	2,93
24	2	3	2	2,33	4	3	4	3,67	2	3	2	2,33	2	2	2	2,00	2	2	3	3	3	4	2	2,71	2,62
25	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	4	2	2	2,67	2	2	2	2	2	3	3	2,29	2,72
26	2	3	3	2,67	5	4	3	4,00	2	3	2	2,33	3	3	1	2,33	2	1	1	3	3	3	3	2,29	2,67
27	1	3	2	2,00	4	4	4	4,00	3	3	2	2,67	2	2	2	2,00	2	1	2	2	3	3	3	2,29	2,55
28	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	2	2	2	2,00	2	2	2	2,00	2	2	2	2	2	2	2	2,00	2,35
29	5	3	4	4,00	3	3	3	3,00	3	4	3	3,33	3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3	3	3,00	3,23
30	3	2	3	2,67	3	3	3	3,00	2	3	2	2,33	3	3	2	2,67	2	2	2	3	3	2	2	2,29	2,55
31	4	4	4	4,00	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	2	4	4	4	4	4	3,57	3,52
32	4	3	4	3,67	3	4	2	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	2	2	4	4	3	2	2,86	2,07
33	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	2	3	3	2,67	3	3	1	2,33	2	1	2	2	2	2	1	2,71	2,49
34	2	3	3	2,67	3	3	3	3,00	1	2	1	1,33	2	2	2	2,00	2	1	1	2	1	2	2	2,57	2,04
35	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	2	2	3	3	3	2	2,57	2,93
36	2	3	2	2,33	4	3	4	3,67	2	3	2	2,33	2	2	2	2,00	2	2	3	3	3	4	2	2,71	2,62
37	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	4	2	2	2,67	2	2	2	2	2	3	3	2,29	2,72
38	2	3	3	2,67	5	4	3	4,00	2	3	2	2,33	3	3	1	2,33	2	1	1	3	3	3	3	2,29	2,67
39	1	3	2	2,00	4	4	4	4,00	3	4	2	2,00	2	2	2	2,00	2	1	2	2	3	3	3	2,29	2,61
40	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	2	2	2	2,00	2	2	2	2,00	2	2	2	2	2	2	2	2,00	2,35
41	5	3	4	4,00	3	3	3	3,00	3	4	3	3,33	3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3	3	3,00	3,23
42	3	2	3	2,67	3	3	3	3,00	2	3	2	2,33	3	3	2	2,67	2	2	2	3	3	2	2	2,29	2,55
43	4	4	4	4,00	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	2	4	4	4	4	4	3,57	3,52
44	4	3	4	3,67	3	4	2	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	2	2	4	4	3	2	2,86	2,07
45	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	2	3	3	2,67	3	3	1	2,33	2	1	2	2	2	2	1	2,71	2,49
46	2	3	3	2,67	3	3	3	3,00	1	2	1	1,33	2	2	2	2,00	2	1	1	2	1	2	2	2,57	2,04
47	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	2	2	3	3	3	2	2,57	2,93

48	2	3	2	2,	4	3	4	3,	2	3	2	2,	2	2	2	2,	2	2	3	3	3	4	2	2,	2,
49	2	2	2	2,	4	4	4	4,	3	3	3	3,	4	2	2	2,	2	2	2	2	2	3	3	2,	2,
50	2	3	3	2,	5	4	3	4,	2	3	2	2,	3	3	1	2,	2	1	1	3	3	3	3	2,	2,
51	1	3	2	2,	4	4	4	4,	3	4	2	3,	2	2	2	2,	2	1	2	2	3	3	3	2,	2,
52	2	2	2	2,	4	4	4	4,	2	2	2	2,	2	2	2	2,	2	2	2	2	2	2	2	2,	2,
53	5	3	4	4,	3	3	3	3,	3	4	3	3,	3	3	3	3,	3	3	3	3	3	3	3	3,	3,
54	3	2	3	2,	3	3	3	3,	2	3	2	2,	3	3	2	2,	2	2	2	3	3	2	2	2,	2,
55	4	4	4	4,	2	2	2	2,	4	4	4	4,	4	4	4	4,	3	2	4	4	4	4	4	3,	3,
56	4	3	4	3,	3	4	2	3,	3	3	3	3,	3	3	3	3,	3	2	2	4	4	3	2	2,	3,
57	3	3	3	3,	4	3	3	3,	2	3	3	2,	3	3	1	2,	2	1	2	2	2	2	1	1,	2,
58	2	3	3	2,	3	3	3	3,	1	2	1	1,	2	2	2	2,	2	1	1	2	1	2	2	1,	2,
59	3	3	3	3,	4	3	3	3,	3	3	3	3,	3	3	3	3,	3	2	2	3	3	3	2	2,	2,
60	2	3	2	2,	4	3	4	3,	2	3	2	2,	2	2	2	2,	2	2	3	3	3	4	2	2,	2,
61	2	2	2	2,	4	4	4	4,	3	3	3	3,	4	2	2	2,	2	2	2	2	2	3	3	2,	2,
62	2	3	3	2,	5	4	3	4,	2	3	2	2,	3	3	1	2,	2	1	1	3	3	3	3	2,	2,
63	1	3	2	2,	4	4	4	4,	3	4	2	3,	2	2	2	2,	2	1	2	2	3	3	3	2,	2,
64	2	2	2	2,	4	4	4	4,	2	2	2	2,	2	2	2	2,	2	2	2	2	2	2	2	2,	2,
65	5	3	4	4,	3	3	3	3,	3	4	3	3,	3	3	3	3,	3	3	3	3	3	3	3	3,	3,
66	3	2	3	2,	3	3	3	3,	2	3	2	2,	3	3	2	2,	2	2	2	3	3	2	2	2,	2,
67	4	4	4	4,	2	2	2	2,	4	4	4	4,	4	4	4	4,	2	2	4	4	4	4	4	3,	3,
68	4	3	4	3,	3	4	2	3,	3	3	3	3,	3	3	3	3,	3	2	2	4	4	3	2	2,	3,
69	3	3	3	3,	4	3	3	3,	2	3	3	2,	3	3	1	2,	2	1	2	2	2	2	1	1,	2,
70	2	3	3	2,	3	3	3	3,	1	2	1	1,	2	2	2	2,	2	1	1	2	1	2	2	1,	2,
71	3	3	3	3,	4	3	3	3,	3	3	3	3,	3	3	3	3,	3	2	2	3	3	3	2	2,	2,
72	2	3	2	2,	4	3	4	3,	2	3	2	2,	2	2	2	2,	2	2	3	3	3	4	2	2,	2,

73	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	4	2	2	2,67	2	2	2	2	2	3	3	2,29	2,72
74	2	3	3	2,67	5	4	3	4,00	2	3	2	2,33	3	3	1	2,33	2	1	1	3	3	3	3	2,29	2,67
75	1	3	2	2,00	4	4	4	4,00	3	4	2	3,00	2	2	2	2,00	2	1	2	2	3	3	3	2,29	2,61
76	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	2	2	2	2,00	2	2	2	2,00	2	2	2	2	2	2	2	2,00	2,35
77	5	3	4	4,00	3	3	3	3,00	3	4	3	3,33	3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3	3	3,00	3,23
78	3	2	3	2,67	3	3	3	3,00	2	3	2	2,33	3	3	2	2,67	2	2	2	3	3	2	2	2,29	2,55
79	4	4	4	4,00	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	2	2	4	4	4	4	4	4,43	3,48
80	4	3	4	3,67	3	4	2	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	2	2	4	4	3	2	2,86	3,07
81	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	2	3	3	2,67	3	3	1	2,33	2	1	2	2	2	2	1	1,71	2,49
82	2	3	3	2,67	3	3	3	3,00	1	2	1	1,33	2	2	2	2,00	2	1	1	2	1	2	2	1,57	2,04
83	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	2	2	3	3	3	2	2,57	2,93
84	2	3	2	2,33	4	3	4	3,67	2	3	2	2,33	2	2	2	2,00	2	2	3	3	3	4	2	2,71	2,62
85	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	4	2	2	2,67	2	2	2	2	2	3	3	2,29	2,72
86	2	3	3	2,67	5	4	3	4,00	2	3	2	2,33	3	3	1	2,33	2	1	1	3	3	3	3	2,29	2,67
87	1	3	2	2,00	4	4	4	4,00	3	4	2	3,00	2	2	2	2,00	2	1	2	2	3	3	3	2,29	2,61
88	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	2	2	2	2,00	2	2	2	2,00	2	2	2	2	2	2	2	2,00	2,35
89	5	3	4	4,00	3	3	3	3,00	3	4	3	3,33	3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3	3	3,00	3,23
90	3	2	3	2,67	3	3	3	3,00	2	3	2	2,33	3	3	2	2,67	2	2	2	3	3	2	2	2,29	2,55
91	4	4	4	4,00	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	2	2	4	4	4	4	4	4,43	3,48
92	4	3	4	3,67	3	4	2	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	2	2	4	4	3	2	2,86	3,07
93	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	2	3	3	2,67	3	3	1	2,33	2	1	2	2	2	2	1	1,71	2,49
94	2	3	3	2,67	3	3	3	3,00	1	2	1	1,33	2	2	2	2,00	2	1	1	2	1	2	2	1,57	2,04
95	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	2	2	3	3	3	2	2,57	2,93
96	2	3	2	2,33	4	3	4	3,67	2	3	2	2,33	2	2	2	2,00	2	2	3	3	3	4	2	2,71	2,62
97	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	4	2	2	2,67	2	2	2	2	2	3	3	2,29	2,72

98	2	3	3	2,67	5	4	3	4,00	2	3	2	2,33	3	3	1	2,33	2	1	1	3	3	3	3	2,29	2,67
99	1	3	2	2,00	4	4	4	4,00	3	4	2	3,00	2	2	2	2,00	2	1	2	2	3	3	3	2,29	2,61
100	2	2	2	2,00	4	4	4	4,00	2	2	2	2,00	2	2	2	2,00	2	2	2	2	2	2	2	2,00	2,35
				2,83				3,38				2,68				2,57								2,42	2,73



DATA KUISIONER KINERJA KEPUASAN PELANGGAN

No	1			2			3			4			5							Re rat a	Re rat a					
	a	b	c	Re rat a	a	b	c	Re rat a	a	b	c	Re rat a	a	b	c	Re rat a	a	b	c			d	e	f	g	
1	4	4	2	3,33	4	2	3	3,00	3	2	4	3,00	2	2	2	2,00	3	3	3	3	3	3	3	3	3,00	2,88
2	4	4	3	3,67	3	2	3	2,67	3	2	4	3,00	3	3	4	3,33	3	4	4	4	3	3	3	3	3,43	3,25
3	3	3	3	3,00	3	3	4	3,33	5	3	5	4,33	4	4	4	4,00	5	5	5	5	3	3	4	4	4,29	3,86
4	3	2	4	3,00	4	4	4	4,00	3	2	4	3,00	4	4	4	4,00	4	5	4	4	3	3	3	3	3,71	3,57
5	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	4,00
6	3	4	4	3,67	3	4	3	3,33	4	3	4	3,67	3	4	4	3,67	4	4	4	3	3	4	4	4	3,71	3,62
7	2	2	2	2,00	2	2	2	2,00	2	2	2	2,00	2	2	2	2,00	4	4	4	4	4	3	3	3	3,71	2,52
8	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	4	3	3	3,33	3	2	5	5	3	2	3	4	3,43	3,25
9	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	3	3	3	3,00	4	3	4	3,67	4	5	4	4	4	4	5	4	4,29	3,57
10	4	3	3	3,33	3	4	4	3,67	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	4	5	4	4	4	3	5	4	4,14	3,52
11	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	3	3	3	3,00	4	3	4	3,67	5	5	5	3	4	3	4	4	4,14	3,52
12	4	3	3	3,33	3	4	4	3,67	4	3	4	3,67	5	4	4	4,33	5	5	4	4	3	2	4	4	3,86	3,78
13	4	4	3	3,67	3	2	3	2,67	3	2	4	3,00	3	3	4	3,33	3	4	4	4	3	3	3	3	3,43	3,25
14	3	3	3	3,00	3	3	4	3,33	5	3	5	4,33	4	4	4	4,00	5	5	5	5	3	3	4	4	4,29	3,86
15	3	2	4	3,00	4	4	4	4,00	3	2	4	3,00	4	4	4	4,00	4	5	4	4	3	3	3	3	3,71	3,57

0				0				0				0							0	0
4				3,3				3,0				3,0							2,0	
1	4	4	2	3	4	2	3	0	3	2	4	0	2	2	2	0	3	3	3	3
4				3,6				3,3				3,6							3,7	3,6
2	3	4	4	7	3	4	3	3	4	3	4	7	3	4	4	7	4	4	4	3
4				2,0				2,0				2,0							3,7	2,5
3	2	2	2	0	2	2	2	0	2	2	2	0	2	2	2	0	4	4	4	4
4				3,0				3,0				3,3							3,4	3,2
4	3	3	3	0	3	3	3	0	4	3	3	3	4	3	3	3	2	5	5	3
4				3,0				3,3				3,0							4,2	3,5
5	3	3	3	0	4	3	3	3	3	3	3	0	4	3	4	7	4	5	4	4
4				3,3				3,6				3,0							4,1	3,5
6	4	3	3	3	3	4	4	7	3	3	3	0	3	3	3	0	4	5	4	4
4				3,0				3,3				3,0							4,1	3,5
7	3	3	3	0	4	3	3	3	3	3	3	0	4	3	4	7	5	5	5	3
4				3,3				3,6				3,6							3,8	3,7
8	4	3	3	3	3	4	4	7	4	3	4	7	5	4	4	3	5	5	4	4
4				3,6				2,6				3,0							3,4	3,2
9	4	4	3	7	3	2	3	7	3	2	4	0	3	3	4	3	3	4	4	3
5				3,0				3,3				4,3							4,2	3,8
0	3	3	3	0	3	3	4	3	5	3	5	3	4	4	4	0	5	5	5	5
5				3,0				4,0				3,0							3,7	3,5
1	3	2	4	0	4	4	4	0	3	2	4	0	4	4	4	0	4	5	4	4
5				4,0				4,0				4,0							4,0	4,0
2	4	4	4	0	4	4	4	0	4	4	4	0	4	4	4	0	4	4	4	4
5				3,3				3,0				3,0							3,0	2,8
3	4	4	2	3	4	2	3	0	3	2	4	0	2	2	2	0	3	3	3	3
5				3,6				3,3				3,6							3,7	3,6
4	3	4	4	7	3	4	3	3	4	3	4	7	3	4	4	7	4	4	4	3
5				2,0				2,0				2,0							3,7	2,5
5	2	2	2	0	2	2	2	0	2	2	2	0	2	2	2	0	4	4	4	4
5				3,0				3,0				3,3							3,4	3,2
6	3	3	3	0	3	3	3	0	4	3	3	3	4	3	3	3	2	5	5	3
5				3,0				3,3				3,0							4,2	3,5
7	3	3	3	0	4	3	3	3	3	3	3	0	4	3	4	7	4	5	4	4
5				3,3				3,6				3,0							4,1	3,5
8	4	3	3	3	3	4	4	7	3	3	3	0	3	3	3	0	4	5	4	4
5				3,0				3,3				3,0							4,1	3,5
9	3	3	3	0	4	3	3	3	3	3	3	0	4	3	4	7	5	5	5	3
6				3,3				3,6				3,6							3,8	3,7
0	4	3	3	3	3	4	4	7	4	3	4	7	5	4	4	3	5	5	4	4
6				3,6				2,6				3,0							3,4	3,2
1	4	4	3	7	3	2	3	7	3	2	4	0	3	3	4	3	3	4	4	3
6				3,0				3,3				4,3							4,2	3,8
2	3	3	3	0	3	3	4	3	5	3	5	3	4	4	4	0	5	5	5	5
6				3,0				4,0				3,0							3,7	3,5
3	3	2	4	0	4	4	4	0	3	2	4	0	4	4	4	0	4	5	4	4
6				4,0				4,0				4,0							4,0	4,0
4	4	4	4	0	4	4	4	0	4	4	4	0	4	4	4	0	4	4	4	4
6	4	4	2	3,3	4	2	3	3,0	3	2	4	3,0	2	2	2	2,0	3	3	3	3

5				3				0				0							0	8					
6				3,6				3,3				3,6							3,7	3,6					
6	3	4	4	7	3	4	3	3	4	3	4	7	3	4	4	7	4	4	4	3	3	4	4	3,7	3,6
6				2,0				2,0				2,0				2,0								3,7	2,5
7	2	2	2	0	2	2	2	0	2	2	2	0	2	2	2	0	4	4	4	4	4	3	3	1	2
6				3,0				3,0				3,3				3,3								3,4	3,2
8	3	3	3	0	3	3	3	0	4	3	3	3	4	3	3	3	2	5	5	3	2	3	4	3	5
6				3,0				3,3				3,0				3,6								4,2	3,5
9	3	3	3	0	4	3	3	3	3	3	3	0	4	3	4	7	4	5	4	4	4	4	5	9	7
7				3,3				3,6				3,0				3,0								4,1	3,5
0	4	3	3	3	3	4	4	7	3	3	3	0	3	3	3	0	4	5	4	4	4	3	5	4	2
7				3,0				3,3				3,0				3,6								4,1	3,5
1	3	3	3	0	4	3	3	3	3	3	3	0	4	3	4	7	5	5	5	3	4	3	4	4	2
7				3,3				3,6				3,6				4,3								3,8	3,7
2	4	3	3	3	3	4	4	7	4	3	4	7	5	4	4	3	5	5	4	4	3	2	4	6	8
7				3,6				2,6				3,0				3,3								3,4	3,2
3	4	4	3	7	3	2	3	7	3	2	4	0	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	5
7				3,0				3,3				4,3				4,0								4,2	3,8
4	3	3	3	0	3	3	4	3	5	3	5	3	4	4	4	0	5	5	5	5	3	3	4	9	6
7				3,0				4,0				3,0				4,0								3,7	3,5
5	3	2	4	0	4	4	4	0	3	2	4	0	4	4	4	0	4	5	4	4	3	3	3	1	7
7				4,0				4,0				4,0				4,0								4,0	4,0
6	4	4	4	0	4	4	4	0	4	4	4	0	4	4	4	0	4	4	4	4	4	4	4	0	0
7				3,3				3,0				3,0				2,0								3,0	2,8
7	4	4	2	3	4	2	3	0	3	2	4	0	2	2	2	0	3	3	3	3	3	3	3	0	8
7				3,6				3,3				3,6				3,6								3,7	3,6
8	3	4	4	7	3	4	3	3	4	3	4	7	3	4	4	7	4	4	4	3	3	4	4	1	2
7				2,0				2,0				2,0				2,0								3,7	2,5
9	2	2	2	0	2	2	2	0	2	2	2	0	2	2	2	0	4	4	4	4	4	3	3	1	2
8				3,0				3,0				3,3				3,3								3,4	3,2
0	3	3	3	0	3	3	3	0	4	3	3	3	4	3	3	3	2	5	5	3	2	3	4	3	5
8				3,0				3,3				3,0				3,6								4,2	3,5
1	3	3	3	0	4	3	3	3	3	3	3	0	4	3	4	7	4	5	4	4	4	4	5	9	7
8				3,3				3,6				3,0				3,0								4,1	3,5
2	4	3	3	3	3	4	4	7	3	3	3	0	3	3	3	0	4	5	4	4	4	3	5	4	2
8				3,0				3,3				3,0				3,6								4,1	3,5
3	3	3	3	0	4	3	3	3	3	3	3	0	4	3	4	7	5	5	5	3	4	3	4	4	2
8				3,3				3,6				3,6				4,3								3,8	3,7
4	4	3	3	3	3	4	4	7	4	3	4	7	5	4	4	3	5	5	4	4	3	2	4	6	8
8				3,6				2,6				3,0				3,3								3,4	3,2
5	4	4	3	7	3	2	3	7	3	2	4	0	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	5
8				3,0				3,3				4,3				4,0								4,2	3,8
6	3	3	3	0	3	3	4	3	5	3	5	3	4	4	4	0	5	5	5	5	3	3	4	9	6
8				3,0				4,0				3,0				4,0								3,7	3,5
7	3	2	4	0	4	4	4	0	3	2	4	0	4	4	4	0	4	5	4	4	3	3	3	1	7
8				4,0				4,0				4,0				4,0								4,0	4,0
8	4	4	4	0	4	4	4	0	4	4	4	0	4	4	4	0	4	4	4	4	4	4	4	0	0
8				3,3				3,0				3,0				2,0								3,0	2,8
9	4	4	2	3	4	2	3	0	3	2	4	0	2	2	2	0	3	3	3	3	3	3	3	0	8
9	3	4	4	3,6	3	4	3	3,3	4	3	4	3,6	3	4	4	3,6	4	4	4	3	3	4	4	3,7	3,6

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,793	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
H1a	5,7400	1,366	,738	,694
H1b	5,6500	3,341	,441	,903
H1c	5,5700	1,965	,922	,423

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,800	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
H2a	6,5300	1,262	,731	,631
H2b	6,7800	1,688	,630	,747
H2c	6,9500	1,604	,591	,781

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,896	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
H3a	5,5300	1,545	,894	,760
H3b	4,9900	2,131	,717	,919
H3c	5,5400	1,665	,800	,849

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Valid	100	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,728	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
H4a	4,9000	1,566	,566	,623
H4b	5,0600	1,572	,673	,522
H4c	5,4800	1,424	,454	,791

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,866	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
H5a	14,6600	11,398	,573	,859
H5b	15,2100	10,915	,523	,861
H5c	14,8000	9,354	,694	,839
H5d	14,2200	9,547	,748	,831
H5e	14,2100	8,915	,776	,826
H5f	14,1300	9,831	,723	,835
H5g	14,5300	10,454	,485	,869

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu
Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah
Bacalah, dan Tuhanmulah yang maha mulia
Yang mengajar manusia dengan pena,
Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya (QS:
Al-'Alaq 1-5)*

*Alhamdulillah..Alhamdulillah..Alhamdulillahirobbil'alamin..
Sujud syukurku kusembahkan kepadamu Tuhan yang Maha
Agung nan Maha Tinggi nan Maha Adil nan Maha
Penyayang, atas takdirmu telah kau jadikan aku manusia
yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar
dalam menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini
menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita
besarku.*

Tugas Akhir ini kupersembahkan kepada Bapak dan Ibu saya, yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang terucap dari orang tua. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, karena itu terimalah persembaha bakti dan cinta ku untuk kalian bapak ibuku.

HALAMAN MOTTO

"Belajar dan bekerja dengan giat, serta tidak lupa bersyukur, tentu akan memberikan hasil yang baik"



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir ini merupakan tugas yang harus diselesaikan dalam rangka memenuhi persyaratan akademik untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu di Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia Yogyakarta .

Skripsi yang berjudul **“Analisis Pengukuran Kepuasan Pelanggan Melalui Metode Importance Performance Analysis (IPA) Dan Customer Satisfaction Index (CSI) (Studi Kasus : PO Bus Maju Lancar, Yogyakarta)” penelitian ini dilakukan di PO Maju Lancar Gunungkidul.**

Dalam menyelesaikan Skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua orang yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bantuan tenaga, dan materi.
2. Bapak dan ibu guruku mulai dari TK sampai SMU yang telah memberikan banyak pengetahuan buat penulis.
3. Ibu Harwati yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Skripsi ini.
4. Dosen-dosen FTI UII yang telah banyak memberikan bantuan dan kemudahan pada penulis dalam menyelesaikan Laporan Skripsi ini.
5. Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
6. Seluruh staf pengajar dan staf TU Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan Skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata,

semoga Laporan Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia pada khususnya.

Yogyakarta, 6 Januari 2017



Tri Anggono Hari Mukti
(04522119)

**ANALISIS PENGUKURAN KEPUASAAN PELANGGAN MELALUI
METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN
CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)
(Studi Kasus : PO Bus Maju Lancar, Yogyakarta)**

Mukti

ABSTRAK

Jumlah usaha transportasi yang berdiri di wilayah Yogyakarta dan sekitarnya khususnya perusahaan Bus semakin meningkat terutama dengan banyaknya jumlah wisatawan yang datang ke Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah (1) Menganalisis kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen PO Maju Lancar (2) Merekomendasikan langkah yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar terpenuhi di PO Maju Lancar.

Penelitian dilakukan di PO Maju Lancar Gunungkidul. Obyek penelitiannya adalah para konsumen/pasiennya. Pengolahan data dalam penelitian ini meliputi berbagai tahapan yaitu uji kecukupan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen-instrumen penelitian, *Importance and Performance Rating Analysis* (IPA), dan *Costumer Satisfaction Index* (CSI).

Hasil analisis menunjukkan bahwa (1) Responden sudah puas terhadap kualitas pelayanan PO Maju Lancar, Gunungkidul ditinjau dari aspek *tangible, reliability, responsive, assurance, dan emphathy* PO Maju Lancar, Gunungkidul dimana nilai kinerja lebih besar dari nilai harapan Pelanggan. Hasil ini didukung oleh hasil analisis *Costumer Satisfaction Index* (CSI) yang diketahui kebanyakan responden (67,68%) puas terhadap Kinerja dan Harapan Pelanggan PO Maju Lancar, Gunungkidul. Hal ini menunjukkan bahwa responden puas terhadap aitem *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. (2) Langkah yang dapat digunakan untuk semakin meningkatkan kepuasan konsumen adalah peningkatan dimensi *responsiveness*. Berarti untuk meningkatkan kepuasan konsumen PO Maju Lancar perlu (a) Meningkatkan daya tanggap Pegawai PO Maju Lancar dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan (b) Mempercepat dan membuat prosedur sederhana mengenai pemrosesan transaksi (c) Meningkatkan respon Pegawai PO Maju Lancar dalam menanggapi permasalahan yang dihadapi pelanggan

Kata Kunci : *Importance and Performance Rating Analysis* (IPA), *Costumer Satisfaction Index* (CSI).

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
SURAT KETERANGAN PELAKSANAAN TUGAS AKHIR DARI PERUSAHAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
Bab 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
Bab 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	6
2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu	20
Bab 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	22

3.2 <i>Flowchart</i> Penelitian	23
3.3 Langkah-langkah Pengolahan Data.....	24
Bab 4 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
4.1. Pengumpulan Data.....	33
4.2. Pengolahan Data.....	34
4.3. Analisis Hasil Penelitian	41
Bab 5 PEMBAHASAN.....	62
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
7.1 Kesimpulan.....	65
7.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

