

## **BAB IV**

### **PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

#### **4.1 Pengumpulan Data**

##### **4.1.1. Profil Perusahaan**

Perkembangan dunia penerbangan komersil (niaga) khususnya di dunia biro perjalanan dan wisata saat ini sangatlah pesat, yang mana harus didukung oleh system keagenan yang memadai. Rumah *Ticketing* berdiri pada tanggal 11 November 2011, kehadiran Rumah *Ticketing* menjadi salah satu travel alternatif yang memberikan harga yang relatif murah dan tempat-tempat wisata khususnya wisata domestik yang ada di daerah-daerah Indonesia. Kelompok Anak muda/mahasiswa dan profesional muda merupakan pangsa pasar terbesar dari Rumah *Ticketing*, pasar ke-2 terbesar dan sangat potensial adalah *Family*/Keluarga, pasar ke-3 terbesar adalah turis manca negara. Dalam menghadirkan layanan berkualitas sangat di dukung dengan kecepatan memperoleh informasi, produk dan layanan yang diminati oleh para calon pelanggan. Pengembangan layanan dan kawasan, tidak henti-hentinya Rumah *Ticketing* melakukan inovasi dalam usahanya mengembangkan jumlah pasar.

##### **4.1.2 Visi Misi Perusahaan**

Setiap travel memiliki visi dan misi yang akan menjadi acuan untuk arah dan langkahnya, begitu pula Rumah *Ticketing* yang mempunyai visi dan misi sebagai berikut :

###### **4.1.2.1 Visi Perusahaan**

Menjadikan Rumah *Ticketing* menjadi salah satu perusahaan biro perjalanan yang dikenal oleh masyarakat luas dan dapat membantu memajukan dunia pariwisata di Indonesia.

#### 4.1.2.2 Misi Perusahaan

Misi Rumah *Ticketing* adalah sebagai berikut :

1. Memberikan kemudahan dan pelayanan dalam pemesanan tiket dan tour, serta dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.
2. Memberikan Pelayanan dengan cepat, tepat dan benar kepada konsumen.
3. Memberikan jasa pelayanan yang terbaik secara konsisten kepada semua pelanggan sehingga dapat menjadi partner pelanggan.

#### 4.1.3 Kuisisioner

Data diambil dari penyebaran kuisisioner. Untuk memudahkan pengumpulan data, kuisisioner disebarkan langsung kepada pelanggan/konsumen yang datang ke Rumah *Ticketing*. Atribut-atribut pertanyaan yang ada dalam kuisisioner digunakan untuk mengetahui tentang pelayanan di Rumah *Ticketing*. Berikut adalah rincian jumlah pelanggan/konsumen yang sudah mengisi kuisisioner :

Jumlah kuisisioner yang disebarkan : 80

Jumlah kuisisioner yang sah (dapat diolah) : 77

#### 4.2 Pengolahan Data

Pada pengolahan data ini terbagi menjadi beberapa tahapan, tahapan pertama yaitu terdiri dari uji validitas, uji kecukupan data, dan uji reliabilitas atribut-atribut butir pertanyaan pada kuisisioner dan pengolahan data dengan pendekatan *Importance and Performance Analysis* (IPA) kemudian dilanjutkan perhitungan skala prioritas perbaikan dengan metode *Potential Gain In Customer Value* (PGCV).

##### 4.2.1 Uji Kecukupan Data

Setelah dilakukan penyebaran kuisisioner maka perlu dilakukan uji kecukupan data. Uji kecukupan data berfungsi untuk mengetahui apakah data yang diambil sudah cukup atau

tidak untuk mewakili suatu populasi, dengan melakukan perhitungan data maka diketahui berapa banyak jumlah data minimal yang dibutuhkan, untuk menentukannya digunakan rumus (Supranto,1992) dalam (Prasesti,2008). Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat ketelitian ( $\alpha$ )10% = 0,1 ;  $\alpha/2 = 0,05$  ;  $Z_{\alpha/2} = 1,645$  dengan perhitungan rumus sebagai berikut :

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

Karena besarnya proporsi sampel  $p$  tidak diketahui, dan  $p(1-p)$  juga tidak diketahui maka pengujian ini belum dapat dilakukan. Tetapi nilai  $p$  selalu diantara 0 sampai 1 dengan nilai  $p$  maksimum, maka :

$$df(p) = p - p^2$$

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

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

$$0 = 1 - 2p$$

$$2p = 1$$

$$p = 0.5$$

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

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

$$n = 0.5(1 - 0.5) \left( \frac{1.645}{0.1} \right)^2$$

$$n = 67.65 \approx 68 \text{ r e s p o n d e n}$$

Jadi jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah sebanyak 68 responden. Berarti data yang telah diambil dapat dilakukan analisis selanjutnya karena responden yang

dibutuhkan jumlahnya lebih sedikit dari jumlah sampel yang telah diambil, sehingga tidak perlu melakukan penambahan data.

#### 4.2.2 Uji Validitas

Syarat penting dalam suatu penelitian menggunakan kuisisioner adalah kevalidan suatu data. Pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan bantuan *software SPSS 16.0 for windows*.

a. Menentukan Hipotesis

$H_0$  : Butir pertanyaan kuisisioner *valid*

$H_1$  : Butir pertanyaan kuisisioner tidak *valid*

b. Menentukan nilai  $r_{tabel}$

Untuk harga  $r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi  $\alpha$  5% dan derajat kebebasan (df)=  $N-2=77-2=75$ , didapatkan nilai  $r_{tabel}$  0.227.

Perhitungan  $r_{hitung}$  dilakukan dengan bantuan *software SPSS 16.0 for windows*, hasil perhitungannya dapat dilihat pada *Corrected Item Total Corelation* (output terlampir).

Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

c. Membandingkan nilai  $r_{tabel}$  dengan  $r_{hitung}$

Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima (butir pertanyaan kuisisioner *valid*)

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak (Butir pertanyaan kuisisioner tidak *valid*)

Untuk melihat hasil perbandingan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dari semua butir pertanyaan kuisioner yang telah dihitung menggunakan *software SPSS 16.0 for windows* dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini :

Tabel 4.1 Tabel Uji Validitas Atribut

No	Atribut	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Status
1	Desain ruangan menarik	0.447	0.227	Valid
2	Kebersihan ruangan	0.302	0.227	Valid
3	Penyejuk ruangan (AC)	0.435	0.227	Valid
4	Lampu penerangan baik	0.284	0.227	Valid
5	Kecepatan pemrosesan pelayanan	0.411	0.227	Valid
6	Karyawan menepati janji yang telah diberikan	0.403	0.227	Valid
7	Reservasi tiket 24 jam	0.470	0.227	Valid
8	Memberikan tiket yang pasti sesuai dengan permintaan konsumen	0.395	0.227	Valid
9	Jam buka dan tutup kantor sesuai dengan informasi yang diberikan pada pelanggan	0.480	0.227	Valid
10	Kemampuan karyawan untuk cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan	0.519	0.227	Valid
11	Kesiapan karyawan memberikan bantuan	0.424	0.227	Valid
12	Memberikan tanggapan/jawaban yang tepat terhadap pertanyaan pelanggan	0.625	0.227	Valid
13	Memberikan informasi yang tepat mengenai tempat wisata	0.295	0.227	Valid
14	Promosi yang diberikan sesuai fakta yang sebenarnya	0.386	0.227	Valid

No	Atribut	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Status
15	Kemudahan untuk mencapai lokasi	0.510	0.227	Valid
16	Menyajikan iklan/promosi dengan baik dan mudah untuk dimengerti	0.576	0.227	Valid
17	Karyawan berpakaian rapi dan sopan	0.261	0.227	Valid
18	Memberikan salam dan sapa kepada pelanggan yang baru datang agar konsumen tidak merasa canggung	0.426	0.227	Valid
19	Karyawan selalu memberikan perhatian secara individual kepada konsumen	0.515	0.227	Valid
20	Meminta maaf kepada konsumen bila terjadi sesuatu yang tidak menyenangkan terhadap konsumen	0.364	0.227	Valid
21	Rumah <i>Ticketing</i> menghargai kritik yang disampaikan konsumen	0.568	0.227	Valid
22	Keramahan karyawan dalam melayani pelanggan	0.680	0.227	Valid

Berdasarkan uji validitas dengan *software SPSS 16.0 for windows* diatas, dapat dilihat bahwa  $r_{hitung}$  bernilai lebih besar daripada  $r_{tabel}$  maka dapat disimpulkan atribut-atribut pertanyaan kuisisioner telah valid dan mampu mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan atribut tersebut.

#### 4.2.3 Uji Reliabilitas

Syarat penting lain yang juga diperlukan dalam suatu penelitian menggunakan kuisisioner adalah kereliabilitasan suatu data. Pada penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan *software SPSS 16.0 for windows*. Teknik uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah analisis dengan menggunakan *Cronbach Alpha*.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menentukan Hipotesis

$H_0$  : butir kuisisioner *reliable*

$H_1$  : butir kuisisioner tidak *reliable*

b. Menentukan nilai  $r_{hitung}$

Hasil perhitungan  $r_{Cronbach's\ alpha}$  pada *software SPSS 16.0 for windows* dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* yaitu sebesar 0.865

Jika  $r_{hitung} \geq 0.6$  maka  $H_0$  diterima

Jika  $r_{hitung} < 0.6$  maka  $H_0$  ditolak

Karena nilai  $r_{Cronbach's\ alpha}$  lebih besar dari 0.6 maka  $H_0$  diterima, maka atribut-atribut kuisioner *reliable*, ini berarti atribut-atribut kuisioner dapat menunjukkan kemantapan atau kestabilan hasil pengamatan bila diukur dengan atribut-atribut tersebut. Berapa kali pun atribut-atribut pertanyaan dalam kuisioner ditanyakan kepada responden yang berlainan, hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden untuk atribut tersebut

#### 4.2.4 Karakteristik Responden

Seluruh responden merupakan pelanggan / konsumen Rumah *Ticketing* yang berjumlah 77 orang. Karakteristik responden yang diteliti meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, pendapatan setiap bulan, dan pengeluaran setiap bulan.

##### 4.2.4.1 Jenis Kelamin

Berikut ini adalah distribusi jenis kelamin responden penelitian yaitu pelanggan/konsumen Rumah *Ticketing*.

Tabel 4.2 Distribusi responden menurut jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-Laki	42
Perempuan	35
Jumlah	77

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden penelitian sebagian besar adalah berjenis kelamin perempuan sebesar 35 responden (45.45%) sedangkan yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 42 responden (54.54%)

#### 4.2.4.2 Usia

Tabel 4.3 Distribusi responden menurut usia

Usia	Jumlah
20-25 tahun	33
26-30 tahun	23
31-35 tahun	10
>35tahun	11
Jumlah	77

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden penelitian sebagian besar berusia 20-25 tahun yaitu sebanyak 33 responden (42.85%) , usia 26-30 tahun sebanyak 23 responden (29.87%), usia 31-35 tahun sebanyak 10 responden (12.98%) sedangkan yang berusia lebih dari 35 tahun adalah sebanyak 11 responden (14.28%)

#### 4.2.4.3 Pekerjaan

Tabel 4.4 Distribusi responden menurut pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah
Pelajar/Mahasiswa	40
Ibu Rumah Tangga	-
Pegawai Negeri	3
Pegawai Swasta	15
Wiraswasta	12



Pensiunan	3
Lain-lain	4
Jumlah	77

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden penelitian sebagian besar adalah pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 40 responden (51.94%) , Pegawai negeri sebanyak 3 responden (3.89%), Pegawai swasta sebanyak 10 responden (12.98%), wiraswasta sebanyak 12 responden (15.58%) pensiunan sebanyak 3 responden (3.89%) dan lain-lain sebanyak 4 responden (5.19%).

#### 4.2.4.4 Pendidikan

Tabel 4.5 Distribusi responden menurut pendidikan

Pendidikan	Jumlah
SD	-
SLTP	-
SLTA	10
Diploma	12
S1	40
S2/S3	15
Lain-lain	-
Jumlah	77

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden penelitian sebagian besar berpendidikan S1 sebanyak 40 responden (51.94%), S2/S3 sebanyak 15 responden (19.48%), Diploma sebanyak 12 responden (15.58%), SLTA sebanyak 10 responden (12.98%).

#### 4.2.4.5 Pendapatan setiap bulan

Tabel 4.6 Distribusi responden menurut pendapatan setiap bulan

Pendapatan setiap bulan	Jumlah
< Rp 500.000,00	10
Rp 500.000,00 – Rp 1.500.000,00	23
Rp 1.500.000,00 – Rp 2.500.000,00	24
> Rp 2.500.000,00	20
Jumlah	77

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden penelitian sebagian besar berpendapatan Rp 1.500.000,00 – Rp 2.500.000,00 sebanyak 24 responden (31.16%), Rp 500.000,00 – Rp 1.500.000,00 setiap bulan yaitu sebanyak 23 responden (29.87%), > Rp 2.500.000,00 setiap bulan adalah sebanyak 20 responden (25.97%), sedangkan yang berpendapatan < Rp 500.000,00 sebanyak 10 responden (12.98%),

#### 4.2.4.6 Pengeluaran setiap bulan

Tabel 4.7 Distribusi responden menurut pengeluaran setiap bulan

Pengeluaran setiap bulan	Jumlah
< Rp 500.000,00	15
Rp 500.000,00 – Rp 1.500.000,00	32
Rp 1.500.000,00 – Rp 2.500.000,00	24
> Rp 2.500.000,00	6
Jumlah	77

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden penelitian sebagian besar mempunyai pengeluaran Rp 500.000,00 – Rp 1.500.000,00 setiap bulan yaitu sebanyak 32 responden (41.55%), Rp 1.500.000,00 – Rp 2.500.000,00 sebanyak 24 responden (31.16%), < Rp

500.000,00 sebanyak 15 responden (19.48%), sedangkan yang mempunyai pengeluaran > Rp 2.500.000,00 setiap bulan adalah sebanyak 6 responden (7.79%).

### **4.3 Importance and Performance Rating Analysis (IPA)**

*Importance and Performance Analysis* dilakukan dengan menggabungkan skor *factor* tingkat kepentingan dengan tingkat kepuasan pelanggan/konsumen Rumah *Ticketing*, selanjutnya perhitungan ( $\bar{X}$ ) skor rata-rata tingkat kepuasan dan ( $\bar{Y}$ ) skor rata-rata tingkat kepentingan dengan bantuan *software SPSS 16.0 for Windows* yang kemudian dipetakan dalam diagram kartesius yang terbagi dalam empat kuadran.

#### **4.3.1 Tingkat Kesesuaian**

Dalam Metode *Importance and Performance Analysis*, dilakukan perhitungan tingkat kesesuaian yang berfungsi untuk menentukan apa yang harus dilakukan pada tiap atribut.

Tabel 4.8 Tabel Tingkat Kesesuaian

No	Atribut	Tingkat Skor		
		Kepuasan X	Kepentingan Y	Kesesuaian
1	Desain ruangan menarik	325	332	97,89
2	Kebersihan ruangan	310	306	101,3
3	Penyejuk ruangan (AC)	321	331	96,98
4	Lampu penerangan baik	321	325	98,77
5	Kecepatan pemrosesan pelayanan	316	327	96,64
6	Karyawan menepati janji yang telah diberikan	320	342	93,57
7	Reservasi tiket 24 jam	309	307	100,7
8	Memberikan tiket yang pasti sesuai dengan permintaan konsumen	316	310	101,9
9	Jam buka dan tutup kantor sesuai dengan informasi yang diberikan pada pelanggan	293	282	103,9
10	Kemampuan karyawan untuk cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan	312	322	96,89
11	Kesiapan karyawan memberikan bantuan	317	329	96,35
12	Memberikan tanggapan/jawaban yang tepat terhadap pertanyaan pelanggan	307	322	95,34
13	Memberikan informasi yang tepat mengenai tempat wisata	339	332	102,1
14	Promosi yang diberikan sesuai fakta yang sebenarnya	318	330	96,36
15	Kemudahan untuk mencapai lokasi	329	326	100,9
16	Menyajikan iklan/promosi dengan baik dan mudah untuk dimengerti	306	331	99,35
17	Karyawan berpakaian rapi dan sopan	306	308	99,35
18	Memberikan salam dan sapa kepada pelanggan yang baru datang agar konsumen tidak merasa canggung	332	336	98,81
19	Karyawan selalu memberikan perhatian secara individual kepada konsumen	332	337	98,52

No	Atribut	Tingkat Skor		
		Kepuasan	Kepentingan	Kesesuaian
		X	Y	
20	Meminta maaf kepada konsumen bila terjadi sesuatu yang tidak menyenangkan terhadap konsumen	297	301	98,67
21	Rumah <i>Ticketing</i> menghargai kritik yang disampaikan konsumen	328	331	99,09
22	Keramahan karyawan dalam melayani pelanggan	317	308	102,9

Dari hasil perhitungan tingkat kesesuaian yang ada pada tabel diatas, yaitu antara tingkat kepuasan pelayanan Rumah *Ticketing* dengan tingkat kepentingan atribut-atribut pelayanan, maka dibuat penilaian khusus yang menjadi dasar untuk mengambil sebuah keputusan untuk mempertahankan prestasi atau melakukan perbaikan. Batas pengambilan keputusan menggunakan tolak ukur yaitu nilai rata-rata tingkat kesesuaian seluruh atribut pertanyaan yaitu sebesar 98.79%.

Dasar dari keputusan tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Bila  $TK < 98.79\%$  maka dilakukan perbaikan/*action* (A)
- b. Bila  $TK \geq 98.79\%$  maka dilakukan usaha untuk mempertahankan prestasi/*hold* (H)

Tabel 4.9 Tabel Keputusan *Hold & Action*

No	Atribut	Tingkat Kesesuaian	Keputusan <i>Hold</i> (H) / <i>Action</i> (A)
1	Desain ruangan menarik	97,89	A
2	Kebersihan ruangan	101,3	H
3	Penyejuk ruangan (AC)	96,98	A
4	Lampu penerangan baik	98,77	A

No	Atribut	Tingkat Kesesuaian	Keputusan <i>Hold (H) / Action (A)</i>
5	Kecepatan pemrosesan pelayanan	96,64	A
6	Karyawan menepati janji yang telah diberikan	93,57	A
7	Reservasi tiket 24 jam	100,7	H
8	Memberikan tiket yang pasti sesuai dengan permintaan konsumen	101,9	H
9	Jam buka dan tutup kantor sesuai dengan informasi yang diberikan pada pelanggan	103,9	H
10	Kemampuan karyawan untuk cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan	96,89	A
11	Kesiapan karyawan memberikan bantuan	96,35	A
12	Memberikan tanggapan/jawaban yang tepat terhadap pertanyaan pelanggan	95,34	A
13	Memberikan informasi yang tepat mengenai tempat wisata	102,1	H
14	Promosi yang diberikan sesuai fakta yang sebenarnya	96,36	A
15	Kemudahan untuk mencapai lokasi	100,9	H
16	Menyajikan iklan/promosi dengan baik dan mudah untuk dimengerti	99,35	H
17	Karyawan berpakaian rapi dan sopan	99,35	H
18	Memberikan salam dan sapa kepada pelanggan yang baru datang agar konsumen tidak merasa canggung	98,81	H
19	Karyawan selalu memberikan perhatian secara individual kepada konsumen	98,52	A
20	Meminta maaf kepada konsumen bila terjadi sesuatu yang tidak menyenangkan terhadap konsumen	98,67	A
21	Rumah <i>Ticketing</i> menghargai kritik yang disampaikan konsumen	99,09	H
22	Keramahan karyawan dalam melayani pelanggan	102,9	H

Hasil pengolahan data dengan metode *Importance and Performance Analysis* dapat dilihat pada bagian lampiran. Contoh perhitungannya adalah sebagai berikut :

1. Menghitung skor kepuasan dan skor kepentingan

$$\text{Kepuasan Atribut 1} = (1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 10) + (4 \times 40) + (5 \times 27) = 325$$

$$\text{Kepentingan Atribut 1} = (1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 7) + (4 \times 39) + (5 \times 31) = 332$$

2. Menghitung rata-rata skor kepuasan dan skor kepentingan

$$\text{Rata-rata kepuasan atribut 1} = 317,45 : 77 = 4.12$$

$$\text{Rata-rata kepentingan atribut 1} = 321,59 : 77 = 4.17$$

Tabel 4.10 Rata-Rata Kepuasan dan Kepentingan

No	Atribut	<i>Performance</i> $\bar{X}$	<i>Importance</i> $\bar{Y}$
1	Desain ruangan menarik	4,22	4,31
2	Kebersihan ruangan	4,03	3,97
3	Penyejuk ruangan (AC)	4,17	4,3
4	Lampu penerangan baik	4,17	4,22
5	Kecepatan pemrosesan pelayanan	4,1	4,25
6	Karyawan menepati janji yang telah diberikan	4,16	4,44
7	Reservasi tiket 24 jam	4,01	3,99
8	Memberikan tiket yang pasti sesuai dengan permintaan konsumen	4,1	4,03
9	Jam buka dan tutup kantor sesuai dengan informasi yang diberikan pada pelanggan	3,81	3,66
10	Kemampuan karyawan untuk cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan	4,05	4,18
11	Kesiapan karyawan memberikan bantuan	4,12	4,27
12	Memberikan tanggapan/jawaban yang tepat terhadap pertanyaan pelanggan	3,99	4,18
13	Memberikan informasi yang tepat mengenai tempat wisata	4,4	4,31

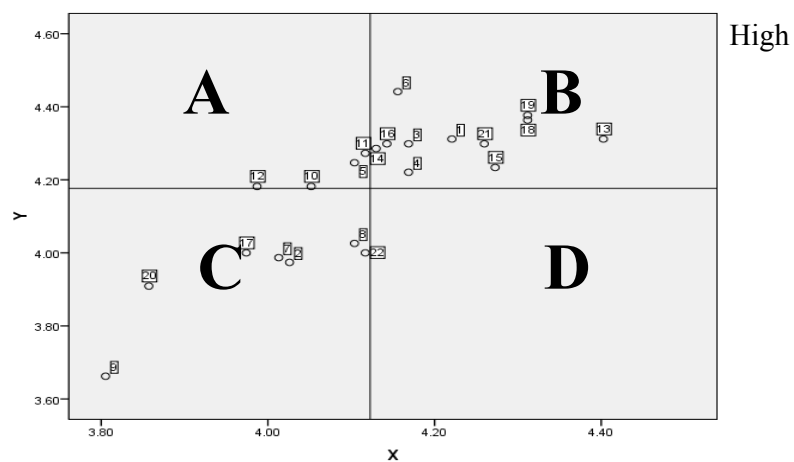
No	Atribut	Performance $\bar{X}$	Importance $\bar{Y}$
14	Promosi yang diberikan sesuai fakta yang sebenarnya	4,13	4,29
15	Kemudahan untuk mencapai lokasi	4,27	4,23
16	Menyajikan iklan/promosi dengan baik dan mudah untuk dimengerti	4,14	4,3
17	Karyawan berpakaian rapi dan sopan	3,97	4
18	Memberikan salam dan sapa kepada pelanggan yang baru datang agar konsumen tidak merasa canggung	4,31	4,36
19	Karyawan selalu memberikan perhatian secara individual kepada konsumen	4,31	4,38
20	Meminta maaf kepada konsumen bila terjadi sesuatu yang tidak menyenangkan terhadap konsumen	3,86	3,91
21	Rumah <i>Ticketing</i> menghargai kritik yang disampaikan konsumen	4,26	4,3
22	Keramahan karyawan dalam melayani pelanggan	4,12	4

### 3. Menghitung tingkat kesesuaian

Tingkat kesesuaian atribut 1 =  $(325 : 332) \times 100\% = 97.89\%$

Rata-rata tingkat kesesuaian =  $(97.89 + 101.3 + \dots + 99.09 + 102.9) : 22 = 98.79\%$

#### 4.3.2 Diagram Kartesius



Gambar 4.1 Diagram Kartesius



#### 4.4 Potential Gain In Customer Value Index (PGCV)

Tabel 4.11 Tabel *Potential Gain In Customer Value Index (PGCV)*

No	Atribut	Penilaian Tingkat		$\bar{X}$	$\bar{Y}$
		Kepuasan (X)	Kepentingan (Y)		
1	Desain ruangan menarik	325	332	4,22	4,31
2	Kebersihan ruangan	310	306	4,03	3,97
3	Penyejuk ruangan (AC)	321	331	4,17	4,3
4	Lampu penerangan baik	321	325	4,17	4,22
5	Kecepatan pemrosesan pelayanan	316	327	4,1	4,25
6	Karyawan menepati janji yang telah diberikan	320	342	4,16	4,44
7	Reservasi tiket 24 jam	309	307	4,01	3,99
8	Memberikan tiket yang pasti sesuai dengan permintaan konsumen	316	310	4,1	4,03
9	Jam buka dan tutup kantor sesuai dengan informasi yang diberikan pada pelanggan	293	282	3,81	3,66

No	Atribut	Penilaian Tingkat		$\bar{X}$	$\bar{Y}$
		Kepuasan (X)	Kepentingan (Y)		
10	Kemampuan karyawan untuk cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan	312	322	4,05	4,18
11	Kesiapan karyawan memberikan bantuan	317	329	4,12	4,27
12	Memberikan tanggapan/jawaban yang tepat terhadap pertanyaan pelanggan	307	322	3,99	4,18
13	Memberikan informasi yang tepat mengenai tempat wisata	339	332	4,4	4,31
14	Promosi yang diberikan sesuai fakta yang sebenarnya	318	330	4,13	4,29
15	Kemudahan untuk mencapai lokasi	329	326	4,27	4,23
16	Menyajikan iklan/promosi dengan baik dan mudah untuk dimengerti	306	331	4,14	4,3
17	Karyawan berpakaian rapi dan sopan	306	308	3,97	4
18	Memberikan salam dan sapa kepada pelanggan yang baru datang agar konsumen tidak merasa canggung	332	336	4,31	4,36
19	Karyawan selalu memberikan perhatian secara individual kepada konsumen	332	337	4,31	4,38
20	Meminta maaf kepada konsumen bila terjadi sesuatu yang tidak menyenangkan terhadap konsumen	297	301	3,86	3,91
21	Rumah <i>Ticketing</i> menghargai kritik yang disampaikan konsumen	328	331	4,26	4,3
22	Keramahan karyawan dalam melayani pelanggan	317	308	4,12	4

Tabel 4.12 Tabel Urutan *PGCV*

No	Atribut	<i>Performance</i> $\bar{X}$	<i>Importance</i> $\bar{Y}$	Nilai <i>ACV</i>	Nilai <i>UDCV</i>	Indeks <i>PGCV</i>	Urutan Ke
				$\bar{X} \cdot \bar{Y}$	$\bar{Y} \cdot P_{maks}$		
1	Desain ruangan menarik	4,22	4,31	18,2	21,56	3,36	17
2	Kebersihan ruangan	4,03	3,97	16	19,87	3,87	7
3	Penyejuk ruangan (AC)	4,17	4,3	17,92	21,49	3,57	14
4	Lampu penerangan baik ( <i>lighting</i> )	4,17	4,22	17,6	21,1	3,51	16
5	Kecepatan pemrosesan pelayanan	4,1	4,25	17,43	21,23	3,81	8
6	Karyawan menepati janji yang telah diberikan	4,16	4,44	18,46	22,21	3,75	10
7	Reservasi tiket 24 jam	4,01	3,99	16	19,94	3,94	6
8	Memberikan tiket yang pasti sesuai dengan permintaan konsumen	4,1	4,03	16,52	20,13	3,61	13
9	Jam buka dan tutup kantor sesuai dengan informasi yang diberikan pada pelanggan	3,81	3,66	13,94	18,31	4,38	2
10	Kemampuan karyawan untuk cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan	4,05	4,18	16,94	20,91	3,96	5

No	Atribut	Performance $\bar{X}$	Importance $\bar{Y}$	Nilai <i>ACV</i>	Nilai <i>UDCV</i>	Indexs <i>PGCV</i>	Urutan Ke
				$\bar{X} \cdot \bar{Y}$	$\bar{Y} \cdot P_{maks}$		
11	Kesiapan karyawan memberikan bantuan	4,12	4,27	17,59	21,36	3,77	9
12	Memberikan tanggapan/jawaban yang tepat terhadap pertanyaan pelanggan	3,99	4,18	16,67	20,91	4,24	3
13	Memberikan informasi yang tepat mengenai tempat wisata	4,4	4,31	18,98	21,56	2,58	22
14	Promosi yang diberikan sesuai fakta yang sebenarnya	4,13	4,29	17,7	21,43	3,73	11
15	Kemudahan untuk mencapai lokasi	4,27	4,23	18,09	21,17	3,08	19
16	Menyajikan iklan/promosi dengan baik dan mudah untuk dimengerti	4,14	4,3	17,81	21,49	3,68	12
17	Karyawan berpakaian rapi dan sopan	3,97	4	15,9	20	4,1	4
18	Memberikan salam dan sapa kepada pelanggan yang baru datang agar konsumen tidak merasa canggung	4,31	4,36	18,81	21,82	3	21
19	Karyawan selalu memberikan perhatian secara individual kepada konsumen	4,31	4,38	18,87	21,88	3,01	20
20	Meminta maaf kepada konsumen bila terjadi sesuatu yang tidak menyenangkan terhadap konsumen	3,86	3,91	15,08	19,55	4,47	1
21	Rumah <i>Ticketing</i> menghargai kritik yang disampaikan konsumen	4,26	4,3	18,31	21,49	3,18	18
22	Keramahan karyawan dalam melayani pelanggan	4,12	4	16,47	20	3,53	15