

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Analisis Data Hasil Kuisisioner

5.1.1 Uji Kecukupan Data

Dari hasil perhitungan uji kecukupan data dengan menggunakan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat ketelitian (α)10% = 0,1 ; $\alpha/2 = 0,05$; $Z_{\alpha/2} = 1,645$ menunjukkan bahwa jumlah data (sampel) minimal yang dibutuhkan adalah sebanyak 68 data. Dengan melakukan penyebaran kuisisioner sebanyak 80 kuisisioner, terkumpul 77 kuisisioner yang sah (dapat diolah) sehingga sudah cukup mewakili sebagai sampel dari suatu populasi yang menjadi objek penelitian.

5.1.2 Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan dengan bantuan *software SPSS 16.0 for Windows*. Hasil dari pengujian validitas menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan kuisisioner mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} maka semua atribut-atribut pertanyaan kuisisioner sudah valid secara keseluruhan sehingga mampu mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan atribut tersebut.

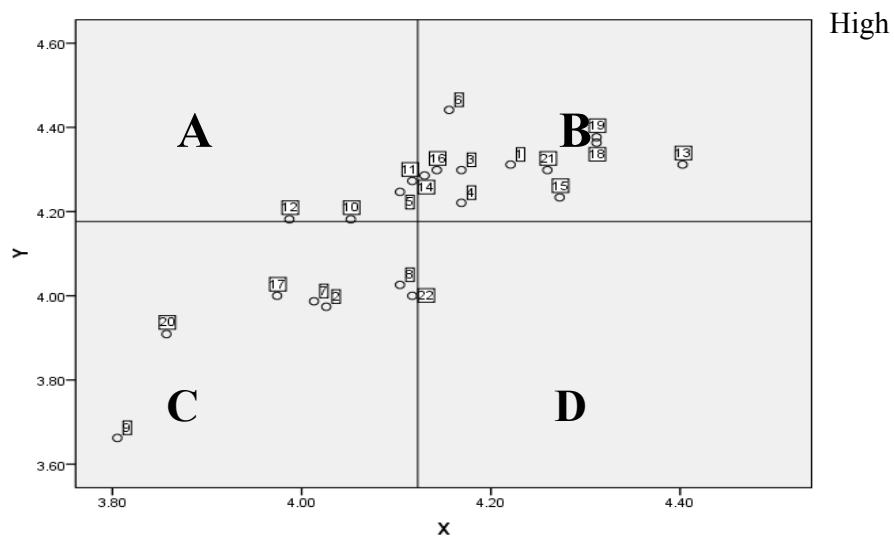
5.1.3 Uji Reliabilitas

Hasil perhitungan $r_{Cronbach's\ alpha}$ pada *software SPSS 16.0 for Windows* yaitu sebesar 0.8678 dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* yang didapat. Maka kuisisioner dinyatakan mempunyai reliabilitas yang baik, karena nilai koefisien reliabilitas $\alpha \geq 0.6$, sehingga atribut-atribut kuisisioner dapat menunjukkan kemantapan atau kestabilan hasil pengamatan bila diukur dengan atribut-atribut tersebut dan berapa kali pun atribut-atribut pertanyaan dalam

kuisisioner ditanyakan kepada responden yang berlainan, hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden untuk atribut tersebut

5.2 Analisis *Importance and Performance Analysis (IPA)*

Hasil perhitungan nilai \bar{X} (rata-rata skor kinerja) dan \bar{Y} (rata-rata skor kepentingan) kemudian dipetakan dalam diagram kartesius, yang bertujuan untuk mengetahui letak atribut terdapat pada kuadran berapa. Pengukuran tingkat kesesuaian dilakukan untuk mencari urutan prioritas perbaikan layanan



Gambar 5.1 Diagram Kartesius

Berdasarkan pemetaan diagram kartesius diatas, atribut-atribut pernyataan dapat dikelompokkan kedalam kuadran masing-masing, yaitu sebagai berikut:

5.2.1 Kuadran A

Kuadran A, menunjukkan faktor yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting namun manajemen Rumah *Tickeeting* belum melakukan sepenuhnya sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga diperlukan penanganan yang perlu diprioritaskan agar pelanggan merasa puas.

Tabel 5.1 Atribut kuadran A

No	Atribut Kuisisioner	Dimensi	TK	A/H	\bar{X}	\bar{Y}
1	Kecepatan pemrosesan pelayanan	<i>Reliability</i>	96,64	A	4,1	4,25
2	Kemampuan karyawan untuk cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan	<i>Responsiveness</i>	96,89	A	4,05	4,18
3	Kesiapan karyawan memberikan bantuan	<i>Responsiveness</i>	96,35	A	4,12	4,27
4	Memberikan tanggapan/jawaban yang tepat terhadap pertanyaan pelanggan	<i>Responsiveness</i>	95,34	A	3,99	4,18

Pada tabel kuadran A diatas, terlihat semua atribut memiliki Tingkat Kesesuaian dibawah 98,78%, yang artinya seluruh atribut pada kuadran ini perlu dilakukan perbaikan (*Action*). Dengan Tingkat Kesesuaian kita dapat mengetahui urutan prioritas perbaikan dan seberapa besar harapan konsumen tentang suatu pelayanan telah tercapai.

Pada atribut pertama yaitu kecepatan pemrosesan pelayanan pada dimensi *Reliability* memiliki tingkat kesesuaian 96,64%. Kecepatan pemrosesan pelayanan merupakan harapan semua konsumen, sehingga konsumen bisa menggunakan waktu yang tersisa dari proses pelayanan untuk keperluan atau hal lain. Namun pada atribut ini konsumen masih merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan, ini juga berarti konsumen belum puas, sehingga butuh dilakukan perbaikan agar pelayanan terhadap pemrosesan baik administrasi dan sebagainya ditingkatkan lagi

Atribut ke dua yaitu kemampuan karyawan untuk cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan pada dimensi *Responsiveness* dengan Tingkat Kesesuaian 96,89%. Konsumen merasa karyawan Rumah *Ticketing* kurang siap dalam menanggapi keluhan, sehingga para konsumen merasa kurang dilayani dengan baik dan ini akan berimbas kepada apakah konsumen akan menggunakan jasa Rumah *Ticketing* kembali atau tidak.

Atribut ke tiga yaitu kesiapan karyawan memberikan bantuan pada dimensi *Responsiveness* memiliki Tingkat Kesesuaian 96,35%. Konsumen merasa karyawan di Rumah *Ticketing* kurang peka dan kurang siap untuk membantu kesulitan yang dihadapi konsumen. Manajemen Rumah *Ticketing* hendaknya melakukan evaluasi terhadap kinerja/pelayanan para karyawan.

Atribut ke empat yaitu memberikan tanggapan/jawaban yang tepat terhadap pertanyaan pelanggan pada dimensi *Responseviness* memiliki Tingkat Kesesuaian 95,34%. Konsumen akan merasa sangat senang jika karyawan mampu menanggapi pertanyaan mereka dengan tepat. Namun pada Rumah *Ticketing* konsumen merasa karyawan di Rumah *Ticketing* belum mampu untuk menanggapi pertanyaan mereka dengan tepat.. Untuk itu perlu bagi Rumah *Ticketung* melakukan pembekalan yang cukup bagi karyawan dalam melayani konsumen.

5.2.2 Kuadran B

Kuadran B, menunjukkan unsur jasa pokok telah berhasil dilaksanakan untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

Tabel 5.2 Atribut kuadran B

No	Atribut Kuisisioner	Dimensi	TK	A/H	\bar{X}	\bar{Y}
1	Desain ruangan menarik	<i>Tangibles</i>	97,89	A	4,22	4,31
2	Penyejuk ruangan (AC)	<i>Tangibles</i>	96,98	A	4,17	4,3
3	Lampu penerangan yang baik	<i>Tangibles</i>	98,77	A	4,17	4,22
4	Karyawan menepati janji yang telah diberikan	<i>Reliabilitty</i>	93,57	A	4,16	4,44
5	Memberikan informasi yang tepat mengenai tempat wisata	<i>Assurance</i>	102,1	H	4,4	4,31
6	Promosi yang diberikan sesuai fakta yang sebenarnya	<i>Assurance</i>	96,36	A	4,13	4,29

No	Atribut Kuisisioner	Dimensi	TK	A/H	\bar{X}	\bar{Y}
7	Kemudahan untuk mencapai lokasi	<i>Assurance</i>	100,9	H	4,27	4,23
8	Menyajikan iklan/promosi dengan baik dan mudah untuk dimengerti	<i>Assurance</i>	99,35	H	4,14	4,3
9	Memberikan salam dan sapa kepada pelanggan yang baru datang agar konsumen tidak merasa canggung	<i>Empathy</i>	98,81	H	4,31	4,36
10	Karyawan selalu memberikan perhatian secara individual kepada konsumen	<i>Empathy</i>	98,52	A	4,31	4,38
11	Rumah <i>Ticketing</i> menghargai kritik yang disampaikan konsumen	<i>Empathy</i>	99,09	H	4,26	4,3

Pada tabel kuadran B ini menunjukkan faktor-faktor yang dianggap baik yang telah dilaksanakan oleh perusahaan, artinya atribut ini harus dipertahankan karena sesuai dengan harapan/keinginan konsumen. Akan tetapi pada kuadran ini terdapat 6 atribut yang harus diperbaiki karena Tingkat Kesesuaiannya < 98,79%.

Desain ruangan menarik pada dimensi *Tangibles* memiliki Tingkat Kesesuaian 97,89%. Konsumen merasa desain Rumah *Ticketing* menarik untuk dipandang dan nyaman ketika mereka berada didalamnya, namun demikian konsumen merasa masih ada sedikit kekurangan.

Penyejuk ruangan (AC) pada dimensi *Tangibles* memiliki Tingkat Kesesuaian 96,98%. Faktor kenyamanan menurut konsumen salah satunya adalah penyejuk ruangan. Konsumen merasa kondisi didalam Rumah *Ticketing* kurang sejuk sehingga konsumen tidak nyaman.

Lampu penerangan yang baik pada dimensi *Tangibles* memiliki Tingkat Kesesuaian 98,77%. Konsumen merasa penerangan (*lighting*) sudah baik, namun konsumen juga merasa penerangan di Rumah *Ticketing* akan lebih baik lagi jika penerangannya ditambah atau disesuaikan pada ruangnya.

Karyawan menepati janji yang telah diberikan pada dimensi *Reliability* memiliki Tingkat Kesesuaian 93,57%. Konsumen merasa karyawan di Rumah *Ticketing* menepati janji-janji yang diberikan kepada mereka. Tapi konsumen masih merasa terkadang karyawan juga tidak memenuhi janji yang mereka sampaikan kepada konsumen.

Promosi yang diberikan sesuai fakta yang sebenarnya pada dimensi *Assurance* memiliki Tingkat Kesesuaian 96,36%. Konsumen sudah merasa puas terhadap promosi perusahaan. Namun menurut konsumen butuh sedikit perbaikan pada kesamaan promosi yang diberikan dan keadaan produk yang sebenarnya.

Karyawan selalu memberikan perhatian secara individual kepada konsumen/pelanggan pada dimensi *Empathy* memiliki Tingkat Kesesuaian 98,52%. Konsumen merasa cukup senang saat karyawan bisa memperhatikannya secara individual. Akan tetapi menurut konsumen juga perlu sedikit perbaikan lagi agar karyawan lebih meningkatkan lagi pelayanan mereka pada konsumen.

5.2.3 Kuadran C

Kuadran C, menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, karena kuadran ini dikatakan prioritas rendah, yang berarti kurang atau tidak penting dan tidak memuaskan bagi konsumen.

Akan tetapi, bukan berarti atribut-atribut yang terdapat pada kuadran ini tidak diperhatikan sama sekali, karena dimasa yang akan datang atribut ini bisa jadi tuntutan bagi Rumah *Ticketing* dalam melakukan dan menjalankan kinerja kualitas pelayanannya. Pada tabel berikut dapat dilihat atribut-atribut beserta urutan prioritas perbaikannya menurut tingkat kesesuaiannya.

Tabel 5.3 Atribut kuadran C

No	Atribut Kuisisioner	Dimensi	TK	A/H	\bar{X}	\bar{Y}
1	Kebersihan ruangan	<i>Tangibles</i>	98,67	A	3,86	3,91
2	Reservasi tiket 24 jam	<i>Reliabilility</i>	99,35	H	3,97	4
3	Memberikan tiket yang pasti sesuai dengan permintaan konsumen	<i>Reliabilility</i>	100,7	H	4,01	3,99
4	Jam buka dan tutup kantor sesuai dengan informasi yang diberikan pada pelanggan	<i>Reliabilility</i>	101,3	H	4,03	3,97
5	Karyawan berpakaian rapi dan sopan	<i>Empathy</i>	101,9	H	4,1	4,03
6	Meminta maaf kepada konsumen bila terjadi sesuatu yang tidak menyenangkan terhadap konsumen	<i>Empathy</i>	102,9	H	4,12	4
7	Keramahan karyawan dalam melayani pelanggan	<i>Empathy</i>	103,9	H	3,81	3,66

Atribut-atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah kebersihan ruangan pada dimensi *Tangibles*, Reservasi tiket 24 jam pada dimensi *Reliabilility*, memberikan tiket yang pasti sesuai dengan permintaan konsumen pada dimensi *Reliabilility*, jam buka dan tutup kantor sesuai dengan informasi yang diberikan pada pelanggan pada dimensi *Reliabilility*, karyawan berpakaian rapi dan sopan pada dimensi *Empathy*, meminta maaf kepada konsumen bila terjadi sesuatu yang tidak menyenangkan terhadap konsumen pada dimensi *Empathy*, keramahan karyawan dalam melayani pelanggan pada dimensi *Empathy*.

5.2.4 Kuadran D

Kuadran D, menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting dan dari pihak Rumah *Ticketing* sama sekali tidak ada atribut yang termasuk kedalam kuadran ini.

5.3 Analisis *Potential Gain In Customer Value Index (PGCV)*

Metode lain yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Potential Gain In Customer sValue Index (PGCV)* agar dalam menentukan peningkatan kualitas lebih tepat yaitu dengan

urutan prioritas atribut peningkatan kualitas pelayanan. Dengan nilai indeks *Potential Gain In Customer Value Index (PGCV)* maka diketahui nilai gap antara kepuasan maksimum yang mungkin diterima konsumen dengan kenyataan kinerja pelayanan yang diperoleh konsumen, semakin besar nilai indeks yang diperoleh maka atribut tersebut semakin menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan. Berdasarkan pemetaan pada diagram Kartesius, yang ada pada kuadran A yaitu kecepatan pemrosesan pelayanan pada dimensi *Reliability*, kemampuan karyawan untuk cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan pada dimensi *Responsiveness*, kesiapan karyawan memberikan bantuan pada dimensi *Responsiveness*, Memberikan tanggapan/jawaban yang tepat terhadap pertanyaan pelanggan pada dimensi *Responseviness*. Dengan melihat indeks *Potential Gain In Customer Value Index (PGCV)* maka atribut yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan adalah meminta maaf kepada konsumen bila terjadi sesuatu yang tidak menyenangkan terhadap konsumen pada dimensi *Empathy* dengan indeks *PGCV* sebesar 4.47 kemudian urutan berikutnya adalah Jam buka dan tutup kantor sesuai dengan informasi yang diberikan pada pelanggan pada dimensi *Reliability* dengan indeks *PGCV* sebesar 4.38. Dari hasil perhitungan indeks *PGCV* maka urutan-urutan prioritas perbaikan kinerja Rumah *Ticketing* adalah sebagai berikut :

1. Meminta maaf kepada konsumen bila terjadi sesuatu yang tidak menyenangkan terhadap konsumen pada dimensi *Empathy*.
2. Jam buka dan tutup kantor sesuai dengan informasi yang diberikan pada pelanggan pada dimensi *Reliability*.
3. Memberikan tanggapan/jawaban yang tepat terhadap pertanyaan pelanggan pada dimensi *Responsiveness*.
4. Karyawan berpakaian rapi dan sopan pada dimensi *Empathy*.
5. Kemampuan karyawan untuk cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan pada dimensi *Responsiveness*.

6. Reservasi tiket 24 jam pada dimensi *Reliability*.
7. Kebersihan ruangan pada dimensi *Tangibles*.
8. Kecepatan pemrosesan pelayanan pada dimensi *Tangibles*.
9. Kesiapan karyawan memberikan bantuan pada dimensi *Responsiveness*.
10. Karyawan menepati janji yang telah diberikan pada dimensi *Reliability*.
11. Promosi yang diberikan sesuai fakta yang sebenarnya pada dimensi *Assurance*.
12. Menyajikan iklan/promosi dengan baik dan mudah untuk dimengerti pada dimensi *Assurance*.
13. Memberikan tiket yang pasti sesuai dengan permintaan konsumen pada dimensi *Reliability*.
14. Penyejuk ruangan (AC) pada dimensi *Tangibles*.
15. Keramahan karyawan dalam melayani pelanggan pada dimensi *Empathy*.
16. Lampu penerangan baik (*lighting*) pada dimensi *Tangibles*.
17. Desain ruangan menarik pada dimensi *Tangibles*.
18. Rumah *Ticketing* menghargai kritik yang disampaikan konsumen pada dimensi *Empathy*.
19. Kemudahan untuk mencapai lokasi pada dimensi *Assurance*.
20. Karyawan selalu memberikan perhatian secara individual kepada konsumen pada dimensi *Empathy*.
21. Memberikan salam dan sapa kepada pelanggan yang baru datang agar konsumen tidak merasa canggung pada dimensi *Empathy*.
22. Memberikan informasi yang tepat mengenai tempat wisata pada dimensi *Assurance*.