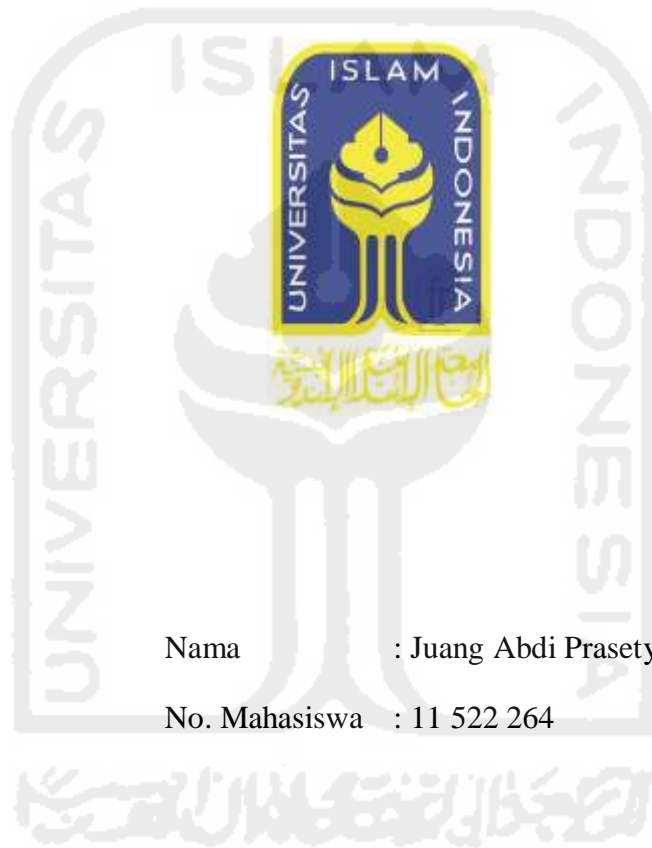


**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN  
*IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* DAN *CUSTOMER SATISFACTION*  
INDEX**

**(Studi kasus pada Kantor Pos Processing Center Yogyakarta)**

**TUGAS AKHIR**

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



Nama : Juang Abdi Prasetyo

No. Mahasiswa : 11 522 264

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2016**

## PERNYATAAN

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri . Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini , maka saya bersedia ijazah yang telah saya terima untuk ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 2 Desember 2016



**Juang Abdi Prasetyo**

## Surat Perusahaan



### PT POS INDONESIA ( PERSERO) Kantor Processing Center Yogyakarta 55400

Plemburan No. 07 Telp. 0274-882657, 881385 Fax : 882657 Yogyakarta 55581

Yogyakarta, 28 Oktober 2016

Nomor : 4426 / Umum/SDM/VI/1016  
Lamp :  
Perihal : Pelaksanaan Penelitian Mahasiswa

Kepada :  
**Yth. Bapak/Ibu Sek. Prodi Teknik Industri**  
**Fakultas Teknologi Industri**  
**Universitas Islam Indonesia Yogyakarta**

Menunjuk surat Saudara Nomor : 2050/KaProdi/TA-TI/20/X/2016 tanggal 18 Oktober 2016 perihal seperti pada pokok surat di atas lebih lanjut disampaikan bahwa Mahasiswa UII :

**Nama : Juang Abdi Prasetyo**

**No. Mahasiswa : 11522264**

Yang bersangkutan telah melaksanakan Penelitian dalam rangka Tugas Akhir di Kantor Processing Center Yogyakarta 55400 terhitung mulai tanggal 21 s.d 28 Oktober 2016.

Kami berharap semoga Penelitian yang telah dilaksanakan dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan.

Demikian disampaikan sebagai pemberitahuan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terimakasih.

A.n Kepala Kantor  
Man SDM, TI dan Umum



**LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING**

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN  
PENDEKATAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS DAN  
CUSTOMER SATISFACTION INDEX  
(Studi kasus pada Kantor Pos Processing Center Yogyakarta)**

**TUGAS AKHIR**

**ISLAM**

**OLEH**

Nama : Juang Abdi Prasetyo

No. Mahasiswa : 11522264

Yogyakarta, 2 Desember 2016

Pembimbing,



**Drs. H. R. Abdul Djalal M.M.**

**LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI**

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN  
PENDEKATAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS DAN  
CUSTOMER SATISFACTION INDEX**

**(Studi kasus pada Kantor Pos Processing Center Yogyakarta)**

**TUGAS AKHIR**

Oleh

Nama : Juang Abdi Prasetyo

No. Mahasiswa : 11522264

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

Yogyakarta, 28 Desember 2016

Tim Penguji

Drs. H. R. Abdul Djalal M.M.

Ketua

Mohammad Ibnu Mastur, Drs. MSIE.

Anggota I

Vembri Noor Helia. S.T.,M.T.

Anggota II



Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia



Yuli Agusti Rochman, ST., M.Eng.

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan Rahmat Allah yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang...  
Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk

Ayah terimakasih atas limpahan kasih sayang semasa hidupnya dan memberikan rasa rindu yang berarti. Ibu terimakasih atas limpahan doa dan kasih sayang yang tak terhingga dan selalu memberikan yang terbaik. Adik saya yang dengan senantiasa memberikan semangat, dukungan, senyum dan do'anya untuk keberhasilan ini.

Personil "Funtastic 4" Arizal, Septian dan Iskandar serta anak kos BlueHouse terimakasih atas dukungan moril dan materilnya, curahan hatinya, kakak yang baik sekaligus sahabat. Kalian adalah tempat saya untuk kembali, disaat saya benar dan salah, disaat saya menang dan kalah, disaat saya suka dan duka

Semoga Allah SWT membalas jasa budi kalian dikemudian hari dan memberikan kemudahan dalam segala hal, aamin.

## MOTTO

كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهُ لَكُمْ وَعَسَىٰ أَن تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ  
وَعَسَىٰ أَن تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ٢١٦

**“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagi kamu. Dan boleh jadi kamu mencintai sesuatu, padahal ia amat buruk bagi kamu. Allah Maha mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui”**  
(Q.S. Al-Baqarah: 216)

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَأَفْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ  
لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ أَنْشُرُوا فَأَنْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ  
دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ١١

**“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang berilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”**  
(Q.S. Al-Mujadillah:11)

وَمَنْ جَاهَدَ فَإِنَّمَا يُجَاهِدُ لِنَفْسِهِ إِنَّ اللَّهَ لَغَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ٦

**“Jika kamu bersungguh-sungguh, kesungguhan itu untuk kebaikanmu sendiri”**  
(Q.S. Al-Ankabut:6)

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

### Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena atas berkat dan limpahan rahmatnyalah Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Pendekatan Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index ” dengan baik. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) pada Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia .

Dalam penulisan skripsi ditemui beberapa kesulitan, namun berkat bantuan, motivasi, bimbingan dan doa dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, tidak berlebihan apabila dalam kesempatan ini, Penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Imam Djati Widodo M.Eng.Sc selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Yuli Agusti Rochman S.T., M.Eng. selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Drs. H. R. Abdul Djalal M.M. selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar telah membimbing memberikan ilmunya dan arahan dalam Tugas Akhir ini.
4. Bapak ibu beserta semua karyawan Kantor Pos *Processing Center* Yogyakarta yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Setelah melalui proses yang panjang dan penuh tantangan, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang tentunya masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Walaupun demikian, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi



kita semua dan penulis khususnya. Semoga Allah senantiasa melimpahkan taufiq dan hidayah-Nya kepada penulis dan semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

Yogyakarta, 2 Desember 2016

**Juang Abdi Prasetyo**



## ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa Kantor Pos *Processing Center* Yogyakarta, yang dapat dinilai dari tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan unsur-unsur kualitas pelayanan dengan kinerja pelayanan yang telah dilakukan oleh Kantor Pos *Processing Center* Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan 90 kuisioner dan dilakukan perhitungan dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode *Importance and Performance Analysis* (IPA) bertujuan untuk mengetahui nilai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan yang kemudian dilakukan *plotting* dengan menggunakan Diagram Kartesius. Dilanjutkan pada metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Dari hasil perhitungan metode *Importance and Performance Analysis* (IPA) memiliki nilai tingkat kesesuaian sebesar 88,91% dan pada Diagram Kartesius dari 22 atribut terdapat 5 atribut yang memerlukan perbaikan dan peningkatan yaitu atribut nomor 11,14,16,17 dan atribut 22 .Hasil perhitungan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) Kantor Pos *Processing Center* Yogyakarta mendapatkan skor sebesar 70,45% menunjukkan bahwa pelanggan Kantor Pos *Processing Center* Yogyakarta yang telah merasa “puas”, jadi dapat dikatakan bahwa kinerja dari Kantor Pos *Processing Center* Yogyakarta sudah bagus, akan tetapi harus lebih ditingkatkan lagi supaya bisa mencapai kategori sangat puas pada penelitian-penelitian selanjutnya. Dan yang terpenting perusahaan harus tetap meningkatkan kualitas pelayanan khususnya pada atribut yang nilai pelayanannya kurang memuaskan ( $X_4$ ,  $X_5$ ,  $X_9$ , dan  $X_{10}$ ) dan dapat meningkatkan lagi atribut-atribut yang sangat penting

Kata Kunci : Kantor Pos, *Importance and Performance Analysis* (IPA), Diagram Kartesius, *Customer Satisfaction Index* (CSI)

## DAFTAR ISI

|                                        |      |
|----------------------------------------|------|
| COVER .....                            | i    |
| PERNYATAAN .....                       | ii   |
| SURAT PERUSAHAAN .....                 | iii  |
| LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING .....     | iv   |
| LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI .....        | v    |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....              | vi   |
| MOTTO .....                            | vii  |
| KATA PENGANTAR .....                   | viii |
| ABSTRAK .....                          | x    |
| DAFTAR ISI .....                       | xi   |
| DAFTAR TABEL .....                     | xiv  |
| DAFTAR GAMBAR .....                    | xv   |
| BAB I .....                            | 1    |
| PENDAHULUAN .....                      | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....               | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....              | 4    |
| 1.3 Batasan Masalah .....              | 4    |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....            | 5    |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....           | 5    |
| 1.6 Sistematika Penelitian .....       | 6    |
| BAB II .....                           | 7    |
| KAJIAN LITERATUR .....                 | 7    |
| 2.1 Kajian Teoritis .....              | 7    |
| 2.2 Jasa .....                         | 7    |
| 2.2.1 Pengertian Jasa .....            | 7    |
| 2.2.2 Klasifikasi Jasa .....           | 7    |
| 2.2.3 Karakteristik Jasa .....         | 8    |
| 2.3 Kualitas Pelayanan .....           | 10   |
| 2.3.1 Definisi Kualitas .....          | 10   |
| 2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan ..... | 10   |
| 2.3.3 Tujuan Pengukuran Kualitas ..... | 13   |
| 2.4 Kepuasan Pelanggan .....           | 14   |
| 2.5 Persepsi Konsumen .....            | 14   |

|                                       |                                                   |    |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------|----|
| 2.6                                   | Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....                | 15 |
| 2.7                                   | <i>Importance Perfomance Analysis (IPA)</i> ..... | 16 |
| 2.8                                   | <i>Customer Sastifaction Index (CSI)</i> .....    | 20 |
| 2.9                                   | Kajian Empiris.....                               | 21 |
| BAB III .....                         |                                                   | 22 |
| METODE PENELITIAN .....               |                                                   | 22 |
| 3.1                                   | Tempat dan Objek Penelitian .....                 | 22 |
| 3.2                                   | Jenis dan Sumber Data.....                        | 22 |
| 3.3                                   | Alat dan Teknik Pengumpulan Data .....            | 22 |
| 3.3.1                                 | Kuesioner .....                                   | 22 |
| 3.3.2                                 | Teknik Pengukuran dan Skala .....                 | 23 |
| 3.3.3                                 | Sampel .....                                      | 24 |
| 3.4                                   | Kerangka Penelitian.....                          | 25 |
| 3.5                                   | Metode Pengumpulan Data .....                     | 28 |
| 3.6                                   | Pengolahan Data.....                              | 28 |
| 3.6.1                                 | Uji Kecukupan Data .....                          | 28 |
| 3.6.2                                 | Uji Validitas .....                               | 29 |
| 3.6.3                                 | Uji Reliabilitas.....                             | 31 |
| 3.7                                   | <i>Importance Perfomance Analysis (IPA)</i> ..... | 33 |
| 3.8                                   | <i>Customer Sastifaction Index (CSI)</i> .....    | 34 |
| 3.9                                   | Analisa dan Pembahasan.....                       | 35 |
| 3.10                                  | Kesimpulan dan Saran .....                        | 36 |
| BAB IV .....                          |                                                   | 37 |
| PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA ..... |                                                   | 37 |
| 4.1                                   | Pengumpulan Data.....                             | 39 |
| 4.1.1                                 | Sejarah PT.Pos Indonesia.....                     | 39 |
| 4.1.2                                 | Visi Misi Perusahaan .....                        | 39 |
| 4.1.2.1                               | Visi Perusahaan.....                              | 39 |
| 4.1.2.2                               | Misi Perusahaan .....                             | 39 |
| 4.2                                   | Pengolahan Data.....                              | 40 |
| 4.2.1                                 | Uji Kecukupan Data .....                          | 40 |
| 4.2.2                                 | Kuesioner .....                                   | 41 |
| 4.2.3                                 | Uji Validitas .....                               | 41 |
| 4.2.4                                 | Uji Reliabilitas.....                             | 44 |
| 4.2.5                                 | Karakteristik Responden .....                     | 45 |

|                      |                                                            |    |
|----------------------|------------------------------------------------------------|----|
| 4.2.5.1              | Jenis Kelamin.....                                         | 45 |
| 4.2.5.2              | Tingkat Pendidikan .....                                   | 46 |
| 4.2.5.3              | Pekerjaan .....                                            | 46 |
| 4.2.5.4              | Kebutuhan yang Diperlukan .....                            | 47 |
| 4.3                  | <i>Importance Perfomance Analysis (IPA)</i> .....          | 48 |
| 4.3.1                | Tingkat Kesesuaian.....                                    | 48 |
| 4.3.2                | Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan .....   | 51 |
| 4.3.3                | Diagram Kartesius .....                                    | 53 |
| 4.4                  | <i>Customer Sastifaction Index (CSI)</i> .....             | 54 |
| BAB V                | .....                                                      | 57 |
| PEMBAHASAN           | .....                                                      | 57 |
| 5.1                  | Analisis Data Hasil Kuesioner .....                        | 57 |
| 5.1.1                | Uji Kecukupan Data .....                                   | 57 |
| 5.1.2                | Uji Validitas .....                                        | 57 |
| 5.1.3                | Uji Reliabilitas.....                                      | 57 |
| 5.2                  | Analisis <i>Importance Perfomance Analysis (IPA)</i> ..... | 58 |
| 5.2.1                | Kuadran I.....                                             | 58 |
| 5.2.2                | Kuadran II .....                                           | 59 |
| 5.2.3                | Kuadran III.....                                           | 60 |
| 5.2.4                | Kuadran IV.....                                            | 61 |
| 5.3                  | Analisis Gap.....                                          | 61 |
| 5.4                  | Analisis <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....    | 61 |
| BAB VI               | .....                                                      | 64 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | .....                                                      | 64 |
| 6.1                  | Kesimpulan .....                                           | 64 |
| 6.2                  | Saran .....                                                | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA       | .....                                                      | 65 |
| LAMPIRAN - LAMPIRAN  | .....                                                      | 67 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 3.1 Validitas .....                                                      | 29 |
| Tabel 3.2 Indeks koefisien reliabilitas.....                                   | 32 |
| Tabel. 3.3 Skala Kriteria <i>Customer Satisfaction Index</i> .....             | 35 |
| Tabel 4.1 Tabel Uji Validitas Atribut.....                                     | 42 |
| Tabel 4.2 <i>Cronbach's Alpha</i> pada uji reliabilitas skor kepentingan ..... | 45 |
| Tabel 4.3 <i>Cronbach's Alpha</i> pada uji reliabilitas skor kepuasan.....     | 45 |
| Tabel 4.4 Jumlah responden menurut jenis kelamin .....                         | 46 |
| Tabel 4.5 Jumlah responden menurut tingkat pendidikan.....                     | 46 |
| Tabel 4.6 Jumlah responden menurut pekerjaan.....                              | 47 |
| Tabel 4.7 Jumlah responden berdasarkan kebutuhan yang diperlukan .....         | 47 |
| Tabel 4.8 Tabel Tingkat Kesesuaian .....                                       | 48 |
| Tabel 4.9 Tabel Keputusan <i>Hold &amp; Action</i> .....                       | 51 |
| Tabel 4.10 Nilai rata-rata tiap atribut .....                                  | 52 |
| Tabel 4.11 Hasil perhitungan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....    | 54 |
| Tabel 5.1 Atribut-atribut kuadran 1.....                                       | 59 |
| Tabel 5.2 Atribut-atribut kuadran II.....                                      | 59 |
| Tabel 5.3 Atribut-atribut kuadran III.....                                     | 60 |
| Tabel 5.4 Atribut-atribut kuadran IV .....                                     | 61 |
| Tabel 5.5 Hasil Perhitungan Analisis Gap.....                                  | 61 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Diagram Kartesius.....                | 18 |
| Gambar 3.1 Diagram Alir Kerangka Penelitian..... | 25 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kantor Pos .....  | 39 |
| Gambar 4.2 Diagram Kartesius.....                | 53 |
| Gambar 5.1 Diagram Kartesius.....                | 58 |



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional/global. Salah satu tantangan terbesar dalam bisnis di era ini adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang puas dan loyal. Tidak ada perusahaan yang mampu bertahan dalam jangka panjang tanpa ada pelanggan yang puas. Maka dari itu, perusahaan harus bekerja keras untuk dapat memuaskan pelanggan, sehingga dapat memenangkan persaingan yang ada serta membawa dampak yang positif terhadap kemajuan perusahaan. Salah satu hal terpenting dalam bidang jasa yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat menarik dan mempertahankan pelanggan yaitu pelayanan. Menurut Anggri Valentina (2011) dalam Goetsch Davis dalam Zulian (2004:8), Pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, tamu, klien, pasien, penumpang, dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani. Pelayanan yang diberikan dapat menimbulkan sikap positif maupun negatif pelanggan terhadap perusahaan dan produk yang dihasilkan. Maka dari itu, pelayanan harus dilakukan dengan sebaik-baiknya agar pelanggan merasa puas dan loyal kepada perusahaan sehingga perusahaan dapat bertahan dan terus menjalankan usahanya dengan lancar

PT POS Indonesia atau lebih dikenal dengan Kantor Pos adalah salah satu Badan Usaha yang bergerak di bidang jasa khususnya pengiriman surat menyurat. Sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia begitu panjang, Kantor Pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jendral G.W Baron van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka



yang datang dari dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak itulah pelayanan pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik

Pos Indonesia telah beberapa kali mengalami perubahan status mulai dari Jawatan PTT (Post, Telegraph dan Telephone). Badan usaha yang dipimpin oleh seorang Kepala Jawatan ini operasinya tidak bersifat komersial dan fungsinya lebih diarahkan untuk mengadakan pelayanan publik. Perkembangan terus terjadi hingga statusnya menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Mengamati perkembangan zaman dimana sektor pos dan telekomunikasi berkembang sangat pesat, maka pada tahun 1965 berganti menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro), dan pada tahun 1978 berubah menjadi Perum Pos dan Giro yang sejak ini ditegaskan sebagai badan usaha tunggal dalam menyelenggarakan dinas pos dan giropos baik untuk hubungan dalam maupun luar negeri. Selama 17 tahun berstatus Perum, maka pada Juni 1995 berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia (Persero).

Salah satu bisnis atau usaha jasa yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah PT. POS Indonesia (Persero) Yogyakarta, yang bergerak dibidang bisnis jasa pengiriman barang. Persaingan yang semakin ketat tersebut dapat dilihat dengan semakin banyaknya ekspedisi yang bermunculan seperti TIKI dan perusahaan jasa pengiriman barang swasta multinasional, antara lain adalah DHL, Fedex (Federal Express), TNT .Pelayanan yang ditawarkan pun beragam, dengan demikian akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap ekspedisi. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola ekspedisi untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan lebih unggul dibanding para kompetitornya. Dalam mengantisipasi hal tersebut, perusahaan dituntut bekerja strategis dengan menggunakan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk dapat diterima pasar dan menjaga kepercayaan konsumen. Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumennya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen setelah bertransaksi di PT. POS Indonesia (Persero) Yogyakarta. Disini Kantor Pos yang digunakan untuk penelitian adalah Kantor Pos Processing Center Yogyakarta yang tugasnya untuk pemrosesan, pemeriksaan dan pengantaran kiriman yang masuk untuk wilayah Yogya dan sekitarnya. jika sudah keluar dari Kantor Pos Processing Center Yogyakarta berarti kiriman sudah selesai diperiksa dan

kiriman sudah bisa diantarkan atau diambil langsung ke Kantor Pos Yogyakarta untuk kiriman yang terkena pajak.

Penulis disini mengidentifikasi beberapa masalah yang ada di kantor pos tersebut seperti perusahaan hanya ingin mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya sehingga kurang memperhatikan kebutuhan, dapat dilihat bahwa beberapa pelanggan melakukan complain atas ketidakpuasan pelayanan kantor pos tersebut

Disini Penulis ingin mencoba mengetahui kesesuaian antara tingkat kepentingan atribut pelayanan menurut konsumen dengan tingkat kinerja yang telah diberikan , oleh karena itu dengan menggunakan perhitungan penerapan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) sehingga akan diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa Kantor Pos tersebut.

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA), pertama kali dikembangkan oleh John A. Martilla dan John C. James yang sebenarnya berawal dari konsep *Service Quality* (SERVQUAL). Bila pada konsep *Service Quality* (SERVQUAL) hanya menganalisis tentang kesenjangan atau gap yang terjadi antara keinginan atau harapan konsumen dengan kinerja yang telah diberikan perusahaan, pada konsep *Importance Performance Analysis* (IPA) kita menganalisis tentang tingkat kepentingan dari suatu variable atau atribut di mata konsumen dengan kinerja perusahaan tersebut. Metode IPA juga bisa mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa yang harus ditunjukkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan para pengguna jasa mereka (Seta Basri,2007).

Sedangkan menurut Sri Indra Maiyanti (2009), metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kepuasan pelanggan layanan Kantor Pos dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang kemudian Penulis berharap penelitian ini dapat meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang diatas,dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

Apakah pelanggan sudah merasa puas terhadap kualitas pelayanan jasa pos di Kantor Pos *Processing Center* Yogyakarta dan atribut apa saja yang perlu dilakukan perbaikan?

## 1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah ini perlu dilakukan agar dapat memfokuskan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan di Kantor Pos *Processing Center* Yogyakarta.
2. Penelitian dilakukan di tempat ruang tunggu *customer* di Kantor Pos *Processing Center* Yogyakarta
3. Kuisisioner yang digunakan merupakan kuisisioner tertutup dan akan diberikan alternatif jawaban.
4. Variabel yang diteliti meliputi lima dimensi kualitas jasa, yaitu : *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*
5. Alat analisis yang dipakai pada penelitian ini adalah uji kecukupan data, uji validitas, uji reliabilitas, metode *Importance Performance Analysis* dan metode *Customer Satisfaction Index*.
6. Jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, jenis paket pengiriman.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka didapatkan tujuan sebagai berikut:

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan di Kantor Pos *Processing Center* Yogyakarta dan atribut apa saja yang perlu dilakukan perbaikan

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil pelaksanaan penelitian ini diharapkan peneliti memperoleh dua manfaat, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis

##### 1. Manfaat teoritis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen perkantoran khususnya yang berkenaan dengan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa

##### 2. Manfaat praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat praktis sebagai berikut :

- a. Bagi peneliti, Untuk menambah pengetahuan dan wawasan peneliti yang berhubungan dengan masalah yang diteliti yaitu kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa
- b. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dan bahan pertimbangan bagi peneliti di bidang dan permasalahan yang sejenis di masa yang akan datang
- c. Bagi perusahaan, dapat digunakan sebagai bahan masukan sesuai hasil penelitian yang akan dilakukan untuk mengetahui pentingnya kepuasan pelanggan serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan

## 1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika penulisan disusun berdasarkan Bab demi Bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

Bab I merupakan permasalahan yang menyangkut pengarahannya umum mengenai objek yang akan dibahas. Memuat latar belakang dari permasalahan, perumusan masalah yang akan menjawab penelitian ini, batasan masalah penelitian, tujuan dari penelitian, manfaat dari penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan Kajian Literatur yang berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian dan dapat juga bahasan penelitian atau publikasi bidang sebelumnya. Kajian empiris yaitu segala informasi yang diperoleh melalui eksperimen, penelitian, atau observasi yang pernah dilakukan sebelumnya yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan. Di samping itu juga terdapat kajian teoritis yang berisikan tentang konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian, dasar-dasar teori untuk mendukung kajian yang akan dilakukan.

Bab III merupakan metodologi penelitian tentang kerangka pemecahan masalah, serta penjelasan secara garis besar untuk memecahkan persoalan dengan menggunakan metode yang telah ditentukan.

Bab IV merupakan pengumpulan dan pengolahan data serta menguraikan data hasil penelitian yang kemudian diproses lebih lanjut pada bab pembahasan masalah.

Bab V merupakan pembahasan yang membahas tentang hasil dari penelitian berupa tabel hasil pengolahan data, grafik, persamaan-persamaan serta model analisis yang menyangkut penjelasan teoritis secara kualitatif, kuantitatif statistik dari hasil penelitian dan kajian untuk menjawab tujuan dari penelitian.

Bab VI merupakan penutup dan kesimpulan yang berisikan tentang analisis atau pembahasan data yang telah diolah untuk hipotesis dan menjawab permasalahan serta saran yang dibuat berdasarkan pengalaman penulis yang digunakan untuk pengembangan selanjutnya.

## BAB II

### KAJIAN LITERATUR

#### 2.1 Kajian Teoritis

#### 2.2 Jasa

##### 2.2.1 Pengertian Jasa

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti dari mulai pelayanan personal sampai jasa sebagai suatu produk. Definisi jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Menurut Renata dalam Tjiptono, 2006). Jasa juga bukan merupakan barang, jasa adalah suatu proses atau aktivitas, dan aktivitas tersebut tidak berwujud (Menurut Renata dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). Dari definisi diatas tampak bahwa di dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak pelanggan dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari .

##### 2.2.2 Klasifikasi Jasa

Menurut Kotler (2000), dilihat dari sisi penawaran terdapat lima katagori produk, yakni :

1. Barang berwujud murni

Penawaran hanya berupa barang berwujud murni dan tidak ada jasa yang menyertai produk tersebut, seperti : pasta gigi, sabun, deterjen, dan lain-lain.

2. Barang berwujud yang disertai jasa

Penawaran terdiri dari barang berwujud yang disertai dengan satu atau lebih jasa untuk mempertinggi daya tarik konsumen. Sebagai contoh produsen mobil tidak hanya menjual mobil saja, melainkan penjualannya juga tergantung pada kualitas dan pelayanan kepada pembelinya, baik sebelum dan sesudah pembelian, seperti

ruang pameran, pengiriman, perbaikan dan pemeliharaan, petunjuk pemakaian, jaminan/garansi.

### 3. Campuran

Penawaran terdiri dari barang berwujud dan jasa dengan komposisi yang sama, seperti : restoran yang harus didukung oleh pelayanan dan makanan yang sama baiknya.

### 4. Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan

Penawaran terdiri atas jasa utama dan jasa tambahan disertai dengan barang pelengkap. Sebagai contoh : penumpang pesawat terbang membeli jasa transportasi, mereka sampai di tempat tujuan tanpa sesuatu hal yang berwujud yang memperlihatkan pengeluaran mereka. Namun perjalanan tersebut juga meliputi barang-barang berwujud yang digunakan sebagai pelengkap pelayanan yang diberikan, misalnya makanan dan minuman sewaktu di dalam pesawat.

### 5. Jasa murni

Penawaran hanya terdiri atas jasa murni seperti : jasa penjaga bayi, psikoterapi, jasa pijat, dan lain-lain.

## 2.2.3 Karakteristik Jasa

Jasa memiliki empat karakteristik yang harus dipertimbangkan dalam perancangan suatu program pemasaran. Menurut Kotler (2000), empat karakteristik tersebut yaitu :

### 1. Tidak berwujud (*Intangible*)

Produk jasa bersifat tidak berwujud (tidak dapat dilihat, diraba, dicium, atau didengar sebelum dibeli), sehingga pelanggan tidak dapat melihat hasil atau manfaat dari jasa sebelum melakukan pembelian. Sebagai contoh, seorang pasien operasi jantung, tidak dapat membayangkan sebelumnya seberapa jauh manfaat dari operasi tersebut bagi dirinya. Seseorang tidak dapat menilai hasil dari jasa sebelum ia menikmatinya sendiri. Bila pelanggan membeli jasa, maka ia hanya menggunakan, memanfaatkan, atau menyewa jasa tersebut. Oleh karena itu untuk mengurangi keraguan pembeli terhadap produk yang akan dikonsumsinya, konsumen dapat mengamati tanda maupun keterangan mengenai kualitas atas dasar lokasi perusahaan, para penyedia jasa, peralatan serta mengenai harga dari produk tersebut. Dengan demikian tugas penyedia jasa adalah untuk “mengelola bukti” atau

“menyatakan yang tidak nyata”. Oleh sebab itu pemasaran jasa ditantang untuk menambah ide-ide abstrak serta memberikan bukti fisik dan citra pada penawaran abstrak mereka.

#### 2. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Jasa umumnya diproduksi secara khusus dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Hal ini tidak berlaku pada barang fisik yang diproduksi, ditempatkan pada persediaan, didistribusikan melalui berbagai pengecer dan akhirnya dikonsumsi. Jika jasa diberikan oleh seseorang, maka orang tersebut adalah merupakan bagian dari jasa tersebut. Hal ini dikarenakan penyedia jasa tersebut juga hadir pada saat jasa tersebut diberikan. Interaksi penyedia jasa dengan penerima jasa merupakan ciri dari pemasaran jasa tersebut.

#### 3. Bervariasi (*Variability*)

Dalam bisnis jasa, sangatlah sulit untuk mencapai suatu hasil dengan kualitas yang sesuai dengan standar yang dibuat. Jasa yang diberikan seringkali berubah-ubah tentang dari siapa yang menyediakan, kapan, serta di mana jasa tersebut disediakan. Oleh karena itu konsumen seyogyanya benar-benar yakin pada kualitas dari penyedia jasa apakah lebih baik dari penyedia jasa lainnya. Jika jasa diberikan oleh seseorang maka keberhasilannya tergantung pada kondisi, tenaga, dan mental dari penyedia jasa tersebut ketika usaha jasa tersebut berlangsung. Oleh karena itu pembeli jasa harus lebih hati-hati terhadap keragaman seperti ini dan seringkali membicarakannya dengan orang lain sebelum memilih seorang penyedia jasa. Penyedia jasa dapat melakukan langkah-langkah yang diperlukan untuk mempertahankan kualitas jasa yang baik dan tetap konsisten, yaitu dengan melakukan seleksi dan pelatihan bagi karyawan dengan baik, dan mengikuti perkembangan tingkat kepuasan konsumen dengan memperhatikan saran dan keluhan konsumen melalui *survey* pasar. Dengan demikian pelayanan yang kurang baik dapat diantisipasi dan diperbaiki.

#### 4. Tidak tahan lama (*Perishability*)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Karakteristik jasa yang mudah rusak bukan merupakan masalah bila permintaannya bersifat konstan (teratur), karena dengan mudah penyedia jasa dapat mengatur pelayanan yang akan diberikan sebelum proses pemberian jasa berlangsung. Karakteristik jasa yang tidak dapat disimpan tidak menjadi masalah bila permintaan



tetap karena penyedia jasa dapat dengan mudah untuk lebih dahulu mengatur staf untuk memberikan jasa tersebut.

## **2.3 Kualitas Pelayanan**

### **2.3.1 Definisi Kualitas**

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

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas.

Kualitas bukanlah diukur dari sudut pandang penyedia jasa saja, tetapi berdasarkan sudut pandang/ persepsi pelanggan. Hal ini disebabkan karena pelangganlah yang membeli dan memakai jasa. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk.

### **2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2006), kualitas pelayanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Parasuraman dan Zeithmal (1988), kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan

yang diterima dengan pelayanan yang sesungguhnya konsumen harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Dalam menilai persepsi dan tingkat kepentingan / harapan konsumen, Menurut Parasuraman (1998), menyatakan terdapat 5 penentu kualitas jasa yaitu *Tangible, Reliable, Responsiveness, Assurance, Empathy*. Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing kriteria :

a. *Tangible* (Wujud)

Bukti fisik adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal (konsumen, pemasok). Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Dimensi bukti fisik ini meliputi :

1. Kemuktahiran peralatan, perlengkapan dan teknologi,
2. Kondisi sarana, kenyamanan, keleluasaan tempat usaha dan kebersihan gedung (tempat usaha),
3. Tata letak peralatan dan barang yang menjadi fasilitas,
4. Kondisi sdm perusahaan dan keselarasan fasilitas fisik dengan jenis pelayanan yang diberikan.

b. *Empathy* (Empati)

Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Dimensi empati ini mencakup :

1. Perhatian pegawai perusahaan kepada konsumen,
2. Kemudahan memperoleh pelayanan,
3. Pemahaman akan kebutuhan ataupun keluhan konsumen,
4. Kesungguhan pegawai dalam memberikan pelayanan.

c. *Reliability* (Kehandalan)

Kehandalan yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan terpercaya dan akurat, konsisten dan kesesuaian dengan pelayanan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan.

Dimensi kehandalan ini mencakup :

1. Ketepatan waktu pelayanan (jam kerja) sesuai dengan peraturan,
2. Kesesuaian pelaksanaan pelayanan dengan prosedur yang telah ditetapkan untuk semua pelanggan tanpa ada kesalahan,
3. Menyediakan berbagai pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan,
4. Serta sikap yang simpatik dan akurat yang tinggi.

d. *Responsiveness* (Daya tanggap)

Daya tanggap yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas serta mendengar dan mengatasi keluhan / complain yang diajukan oleh konsumen. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.

Dimensi daya tanggap ini mencakup :

1. Kejelasan informasi waktu penyampaian jasa,
2. Kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan administrasi,
3. Kesiapan dan cepat tanggapan pegawai selalu membantu konsumen
4. Keleluangan waktu pegawai untuk menanggapi permintaan konsumen dengan tepat.

e. *Assurance* (Jaminan)

Kepastian atau jaminan yaitu berupa pengetahuan, sopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan keyakinan dan kepercayaan pelanggan terhadap janji yang telah dikemukakan perusahaan.

Dimensi kepastian ini mencakup beberapa komponen :

1. Komunikasi (*communication*),
2. Kredibilitas (*credibility*), kepercayaan terhadap perusahaan. Reputasi, prestasi dll.
3. Keamanan (*security*),
4. Kompetensi (*competence*), pengetahuan yang dimiliki karyawan, Sopan santun (*courtesy*).

### 2.3.3 Tujuan Pengukuran Kualitas

Menurut Wima (2012), pengukuran kualitas sangat penting bagi seluruh perusahaan baik pada bidang produk maupun jasa. Berikut adalah beberapa tujuan dari pengukuran kualitas jasa yang perlu diketahui :

- a. Setiap aktivitas atau tindakan pelayanan oleh organisasi penyelenggara layanan perlu diukur untuk mendeteksi, mengetahui capaian-capaian riil yang telah dicapai terkait dengan visi, misi, dan tujuan pelayanan oleh organisasi. Seringkali organisasi tidak optimal mencapai kinerja yang diharapkan bukan karena keterbatasan atau kemampuan organisasi, melainkan karena organisasi tidak cukup member perhatian tentang pengukuran atas kinerja layanannya, sehingga organisasi tidak memahami apa yang telah dicapai dan apa yang belum dicapai. Akibatnya organisasi berjalan tanpa sasaran perbaikan yang jelas.
- b. Pengukuran tidak hanya penting untuk mengetahui capaian, tetapi juga memastikan tentang pola kerja, standar kerja, ataupun proses bagaimana sebuah layanan berlangsung. Dengan pengukuran akan diketahui apakah standar yang selama ini ditetapkan dapat dijalankan dengan baik pada level operasional, apakah penggunaan dan pemanfaatan sumber daya untuk proses layanan telah berjalan efektif dan efisien, apakah para pelaksana memiliki kepatuhan dan komitmen sesuai dengan orientasi layanan yang ada. Data dan informasi member pemahaman yang tepat bagi organisasi untuk melakukan proses pembelajaran dan pengembangan.
- c. Organisasi perlu mengetahui bagaimana sebenarnya persepsi semua pihak yang terlibat, terutama user yang dilayani, terhadap organisasi. Hal ini karena tidak jarang bahwa persepsi tunggal yang dikembangkan organisasi penyedia layanan berbeda atau bahkan bertentangan dengan pihak user. Karenanya perlu melakukan pengukuran atas persepsi keberhasilan organisasi oleh user.
- d. Kebijakan yang diambil oleh organisasi dalam meningkatkan kualitas layanan hanya dapat dibenarkan apabila didasarkan pada hasil pengukuran kualitas yang tepat, sehingga kebijakan yang diambil benar-benar sesuai dengan apa yang harus dilakukan oleh organisasi.

## 2.4 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan merupakan fokus utama pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Sedangkan menurut Menurut Renata (dalam Sumarwan, 2003), kepuasan pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh pelanggan dari produk yang dibeli tersebut. Menurut Kotler, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Renata dalam Kotler dkk, 2000).

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan yang ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas. Hal ini memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

## 2.5 Persepsi Konsumen

Persepsi konsumen merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa yang artinya tidak mengevaluasi kualitas pelayanan semata-mata hanya berdasarkan kepada hasil akhir dari pelayanan tetapi mereka juga memperhatikan proses dari pelaksanaan pelayanan tersebut. Persepsi konsumen timbul setelah konsumen mengambil suatu kesimpulan dalam pikirannya (sudah menilai sesuatu yang dialami).

Menurut Rangkuti (2006), ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap persepsi konsumen atas suatu jasa, yaitu :

### a. Harga

Harga yang terlalu rendah dapat saja menimbulkan persepsi bahwa produk yang ditawarkan tidak berkualitas, meskipun kenyataan tidak demikian. Sedangkan produk dengan harga tinggi dapat menimbulkan persepsi bahwa penjual tidak percaya kepada pembeli.

b. Citra

Citra yang buruk menimbulkan persepsi produk tidak berkualitas, sehingga konsumen mudah marah untuk kesalahan kecil sekalipun. Sedangkan citra yang baik menimbulkan persepsi produk tersebut berkualitas, sehingga konsumen memaafkan suatu kesalahan meskipun tidak untuk kesalahan berikutnya.

c. Tahap Pelayanan

Ketidakpuasan yang diperoleh pada tahap awal pelayanan menimbulkan persepsi bahwa kualitas pelayanan yang buruk untuk tahap pelayanan selanjutnya, sehingga konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan secara keseluruhan.

d. Momen Pelayanan

Kinerja pelayanan ditentukan oleh :

1. Pelayanan
2. Proses pelayanan
3. Lingkungan fisik dimana pelayanan itu diberikan

## 2.6 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (dalam Tjiptono, 2007) paling tidak ada empat metode yang banyak digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi jasa yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang bisa dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shopper* untuk berperan atau bersikap

sebagai pelanggan / pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

### 3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seharusnya menghubungi para pelanggan telah berhenti membeli atau telah beralih pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan / penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit service* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, dimana peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya. Akan tetapi, kesulitan menerapkan metode ini adalah perlu mengidentifikasi dan mengontak mantan pelanggan yang bersedia memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

### 4. Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya sebagian penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survei, baik via pos, telepon, e-mail, maupun wawancara langsung (McNeal dan Lamb dalam Peterson dan Wilson, 1992). Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

## 2.7 *Importance Performance Analysis (IPA)*

Menurut Simamora (2002) *Importance and Performance Analysis* adalah suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif. Metode ini merupakan salah satu dasar bagi manajemen dalam pengambilan keputusan tentang tindakan apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki kinerja perusahaan demi meningkatkan kepuasan pelanggan. Ada dua tahapan pengolahan yang digunakan pada metode *Importance Performance Analysis (IPA)* yaitu :

## 1. Analisis Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja perusahaan dengan skor kepentingan perusahaan. Dimana tingkat kesesuaian digunakan untuk menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor kinerja yang diukur.

Rumus tingkat kesesuaian yang digunakan dalam metode IPA adalah sebagai berikut :

$$TK_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan :

$TK_i$  = Tingkat kesesuaian responden

$X_i$  = Skor penilaian kinerja / kepuasan (persepsi)

$Y_i$  = Skor penilaian kepentingan (harapan)

Langkah selanjutnya adalah penulisan sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja perusahaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan konsumen. Rumus yang digunakan yaitu :

$$\bar{X}_1 = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

$$\bar{Y}_1 = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Dimana :

$\bar{X}_1$  = Skor rata-rata tingkat kinerja perusahaan

$\bar{Y}_1$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan konsumen

$n$  = Jumlah responden

## 2. Analisis Diagram Kartesius

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



$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{K} \text{ dan } \bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{K}$$

Dimana :

$\bar{X}_i$  = rata-rata dari rata-rata skor kinerja perusahaan

$\bar{Y}_i$  = rata-rata dari rata-rata skor kepentingan konsumen

K = banyaknya atribut / faktor yang mempengaruhi penilaian kinerja

Tahap selanjutnya setiap atribut ditempatkan sesuai pada empat kuadran diagram tersebut. Sesuai dengan rata-rata kepentingan dan rata-rata kinerja sehingga dapat diketahui atribut mana yang berada pada tiap kuadran

Analisis diawali dengan sebuah kuesioner yang disebarakan kepada konsumen. Responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan / harapan berbagai atribut dan kepuasan tingkat kinerja perusahaan pada masing-masing atribut tersebut.

Dalam hal ini digunakan lima tingkat skala Likert untuk penilaian tingkat kepentingan konsumen, yang terdiri dari :

1. Sangat penting, diberi bobot 5
2. Penting, diberi bobot 4
3. Cukup penting, diberi bobot 3
4. Kurang penting, diberi bobot 2
5. Tidak penting, diberi bobot 1

Pada tingkat kinerja / penampilan diberikan lima kriteria penilaian dengan bobot sebagai berikut :

1. Sangat puas diberi bobot 5, yang berarti konsumen sangat puas.
2. Puas diberi bobot 4, yang berarti konsumen puas.
3. Cukup puas diberi bobot 3, yang berarti konsumen cukup puas.
4. Kurang puas diberi bobot 2, yang berarti konsumen kurang puas.
5. Tidak puas diberi bobot 1, yang berarti konsumen tidak puas.

Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja, maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan oleh perusahaan.

Setelah diperoleh nilai rata-rata kerja dan nilai rata-rata kepentingan setiap atribut pelayanan, kemudian nilai-nilai tersebut diplotkan kedalam diagram

Kartesian yang dibagi menjadi empat bagian dan dibatasi oleh dua garis berpotongan tegak lurus ( x dan y ) dimana x merupakan rata-rata dari rata-rata n skor tingkat kinerja dan y merupakan rata-rata dari rata-rata n skor tingkat kepentingan. Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dalam diagram Kartesian (Supranto, 2001)



Gambar 2.1 Diagram Kartesian

Sumber : Supranto, 2001

Keterangan :

1. KUADRAN I

Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan, sehingga mengecewakan / tidak puas.

2. KUADRAN II

Unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan karena dianggap sangat penting dan memuaskan.

3. KUADRAN III

Menunjukkan faktor-faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

4. KUADRAN IV

Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan, sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan

sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan

## 2.8 *Customer Satisfaction Index (CSI)*

*Customer Satisfaction Index (CSI)* merupakan indeks yang mengukur tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan atribut-atribut tertentu. Atribut yang diukur dapat berbeda untuk masing-masing industri, bahkan masing-masing perusahaan. Tingkat kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) dari evaluasi keputusan pasca pembelian memiliki kelemahan karena nilai yang diperoleh dari pernyataan tentang tingkat kepuasan secara keseluruhan tidaklah memperhitungkan tingkat kepentingan atribut. Padahal atribut yang mempunyai tingkat kepuasan secara keseluruhan yang lebih tinggi dari yang lain akan mempengaruhi tingkat kepuasan secara keseluruhan dibanding atribut lain yang dianggap kurang penting. Berikut ini adalah pengolahan yang digunakan pada metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dilakukan melalui empat tahap sebagai berikut :

### 1. Menghitung *Weighting Factor (WF)*

Mengubah nilai kepentingan menjadi angka persentase dari total rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang diuji, sehingga diperoleh total WF 100%.

$$WF \% = \frac{\bar{y}}{(\sum_{i=1}^p \bar{y})} : \text{Responden}$$

Dimana :

p = atribut kepentingan ke-p

### 2. Membuat *Weight Score (WS)*

Perkalian antara nilai rata-rata tingkat kinerja masing-masing atribut dengan WF masing-masing atribut.

$$WS = WF \% \times \bar{X}$$

### 3. Menentukan *Weighted Total* (WT)

Menjumlahkan WS dari semua atribut.

$$WT = \sum_{i=1}^p WS$$

### 4. Menghitung *Customer Satisfaction Index*

WT dibagi skala maksimal yang digunakan (dalam penelitian ini skala maksimal adalah 5) kemudian dikalikan 100%.

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS}{HS} \times 100\%$$

Dimana :

p = atribut kepentingan ke-p

HS (*High Scale*) = skala maksimum yang digunakan yaitu 5

## 2.9 Kajian Empiris

Ada beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, diantaranya sebagai berikut :

Hasil Penelitian Uluum (2007) : Karakteristik umum konsumen Restoran Cibiuk berasal dari kota Bogor, berjenis kelamin laki-laki, berusia di bawah 45 tahun, berstatus menikah dengan jumlah anggota keluarga sampai empat orang , suku terbanyak Suku Jawa, sebagian besar lulusan perguruan tinggi, pekerjaan terbanyak pegawai swasta dengan penghasilan per bulan Rp.2.500.00. Ada empat faktor pembentuk keputusan pembelian yaitu faktor pelayanan, faktor pengaruh lingkungan, faktor pendapatan dan promosi serta faktor motivasi diri. Faktor pelayanan tersusun atas variabel kenyamanan tempat, keceptan penyajian, kelengkapan dan keragaman menu, kebersihan makanan, peralatan dan tempat serta lokasi, faktor pengaruh lingkungan terdiri dari variabel pengaruh teman atau pacar, keluarga dan penjual, fator pendapatan dan promosi disusun oleh variabel pendapatan dan promosi penjual, faktor motivasi diri terdiri dari variabel pengalaman sebelumnya dan rasa lapar

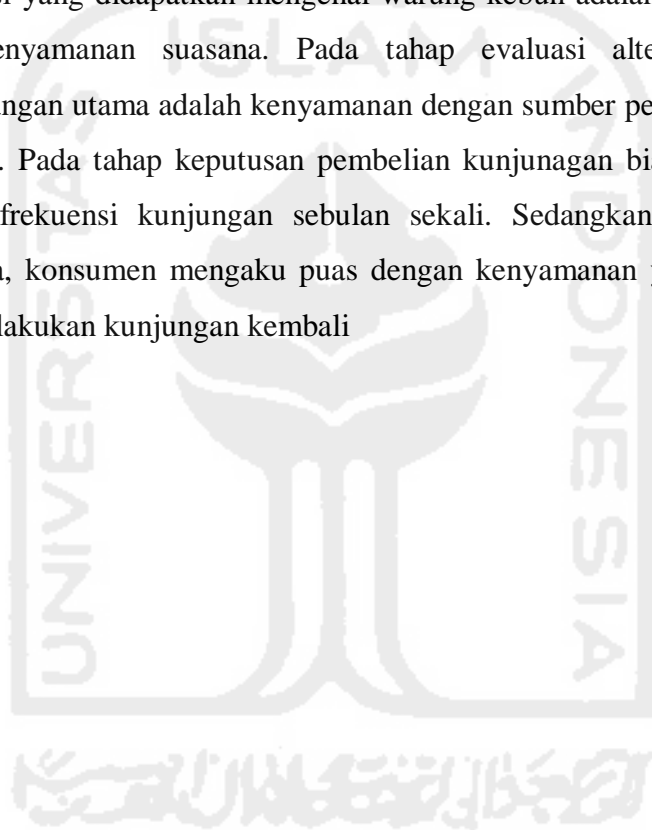
Hasil Penelitian Kombong (2007). Analisis Deskriptif menunjukkan bahwa konsumen Restoran Bakul-Bakul berusia 20-29 tahun, pegawai swasta (59%), status menikah (64%), pendidikan S1 (61%), laki-laki (55%) dengan penghasilan lebih dari Rp 2.000.000 per bulan (70%), secara umum mengetahui restoran bakul-bakul dari sahabatnya (54%). Hasil Analisis SEM menunjukkan bahwa faktor-faktor yang membangun kepuasan paling besar adalah kepuasan terhadap produk dengan (nilai korelasi) sebesar 0,8, kepuasan terhadap citra sebesar 0,54 dan pelayanan dengan sebesar 0,50. Alternatif strategi poduk yang disarankan adalah dengan memberikan takaran bumbu yang pas, diversifikasi menu dan mencuci bersih bahan mentah terutama sayuran. Alternatif strategi citra adalah memperluas lapangan parkir, menjelaskan papan petunjuk lapangan parkir yang ada di sisi jalan. Alternatif harga dengan memeberikan potongan harga tidak hanya pada member yang memiliki kartu namun pada konsumen yang membeli dalam jumlah yang banyak. Alternatif strategi pelayanan mengatur jadwal pergantian karyawan dengan baik dan menambah tenaga pelayan pada hari-hari libur , menggunakan fasilitas kartu debit untuk yang tidak membawa uang tunai, adanya training untuk karyawan agar dihasilkan karyawan yang professional dan terampil.

Hasil penelitian Ikhwan (2007). Mayoritas konsumen adalah laki-laki, berusia 30-40 tahun, berprofesi sebagai pegawai swasta, status menikah, pendidikan S1, pendapatan Rp 2.500.000- Rp 5.000.000 ,pengeluaran per bulan Rp 1.500.000- Rp 2.000.000 dan merupakan pelanggan yang memiliki tingkat loyalitas yang tinggi. Atribut yang dianggap paling penting adalah fasilitas yang diperoleh sedangkan lama waktu dari mulai pemesanan sampai pesanan datang adalah sebaliknya. Nilai CSI sebesar 72,14 persen.

Hasil penelitian Fathoni (2007). Karakteristik konsumen sebagian besar berusia muda (16-25 tahun), jenis kelamin laki-laki, profesi sebagai mahasiswa, pendidikan terakhir SLTA, status menikah dan pendapatan per bulan Rp 500.000 – Rp 1.499.999. Hasil analisis proses keputusan pembelian adalah konsumen melakukan pembelian produk untuk memperoleh manfaat sebagai makanan selingan dan dengan alasan sedang lapar atau haus. Sumber informasi bagi konsumen diperoleh dari teman atau kenalan. Faktor awal yang dipertimbangkan adalah faktor lokasi yang strategis. Kunjungan tergantung situasi, dengan frekuensi kunjungan dua sampai tiga kali dalam sebulan. Mayoritas responden loyal karena

akan melakukan kunjungan kembali. Waktu yang umum dipilih adalah hari libur. Kunjungan dipengaruhi rasa lapar atau haus. Hal yang sama juga berlaku pada pengaruh budaya terhadap pola makan konsumen.

Hasil Penelitian Christvelldy (2007). Karakteristik umum responden, rata-rata berusia 31-45 tahun, umumnya perempuan, status menikah, berasal dari Bogor. Pendidikan sarjana, pekerjaan sebagai karyawan swasta dengan penghasilan per bulan Rp 1.000.000- Rp 3.000.000. Proses keputusan pembelian pada tahap pengenalan kebutuhan, motivasi dan manfaat utama adalah untuk mencari hiburan. Informasi yang didapatkan mengenai warung kebun adalah dari teman dan fokus pada kenyamanan suasana. Pada tahap evaluasi alternatif yang menjadi pertimbangan utama adalah kenyamanan dengan sumber pengaruh terbesar adalah keluarga. Pada tahap keputusan pembelian kunjungan biasanya pada hari libur dengan frekuensi kunjungan sebulan sekali. Sedangkan pada tahap evaluasi pembeli, konsumen mengaku puas dengan kenyamanan yang didapat sehingga akan melakukan kunjungan kembali



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat dan Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kantor Pos *Processing Center* Yogyakarta yang beralamatkan Jalan Plemburan no 07 Yogyakarta.. Objek penelitiannya adalah pelanggan di Kantor Pos tersebut.

#### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

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

##### **1. Data Primer**

Data primer yaitu data yang diperoleh melalui pengamatan atau penelitian dan wawancara secara langsung kepada konsumen / pelanggan melalui kuesioner yang dibagikan kepada konsumen / pengirim barang yang mau mengirim barang.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian dan dokumen perusahaan. Data ini digunakan sebagai petunjuk dalam pelaksanaan penelitian dan semua informasi yang berguna dalam penyusunan laporan.

#### **3.3 Alat dan Teknik Pengumpulan Data**

##### **3.3.1 Kuesioner**

Mengukur tingkat kepuasan para konsumen sangat perlu walupun tidak mudah. Alat yang dipergunakan untuk mengukur tingkat kepuasan ialah daftar pertanyaan (kuisisioner). Data yang diperoleh berupa jawaban dari para konsumen terhadap pertanyaan yang diajukan.

Menurut Supranto (2001), pembentukan daftar pertanyaan kepuasan konsumen ditempuh dalam 4 tahap, yaitu :

1. Menentukan pertanyaan (butir) yang akan dipergunakan dalam daftar pertanyaan.
2. Memilih bentuk jawaban (*response format*).
3. Menulis introduksi / pengenalan pada daftar pertanyaan.
4. Menentukan isi akhir daftar pertanyaan.

### 3.3.2 Teknik Pengukuran dan Skala

Menurut Singarimbun dan Effendi (1985), proses pengukuran adalah merupakan rangkaian dari empat aktivitas pokok yaitu :

1. Menentukan dimensi variabel penelitian.
2. Merumuskan ukuran untuk masing-masing dimensi.
3. Menentukan tingkat ukuran yang akan digunakan dalam pengukuran.
4. Menguji validasi dan reliabilitas alat ukur

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Skala ini dikembangkan oleh Rensis Likert untuk mengukur sikap masyarakat dan skalanya terkenal dengan nama *technique of summated rating* atau skala likert. Beberapa faktor yang menyebabkan skala Likert banyak digunakan sebagai berikut:

1. Skala ini relative mudah dibuat.
2. Adanya kebebasan dalam memasukan item-item pernyataan asal masih relevan dengan masalah.
3. Jawaban atas item dapat berupa beberapa alternatif, sehingga dapat memberikan informasi yang lebih jelas dan nyata terhadap item tersebut.
4. Dengan jumlah item yang cukup besar, tingkat reliabilitas yang tinggi dapat dicapai.
5. Mudah untuk diterapkan pada berbagai situasi.

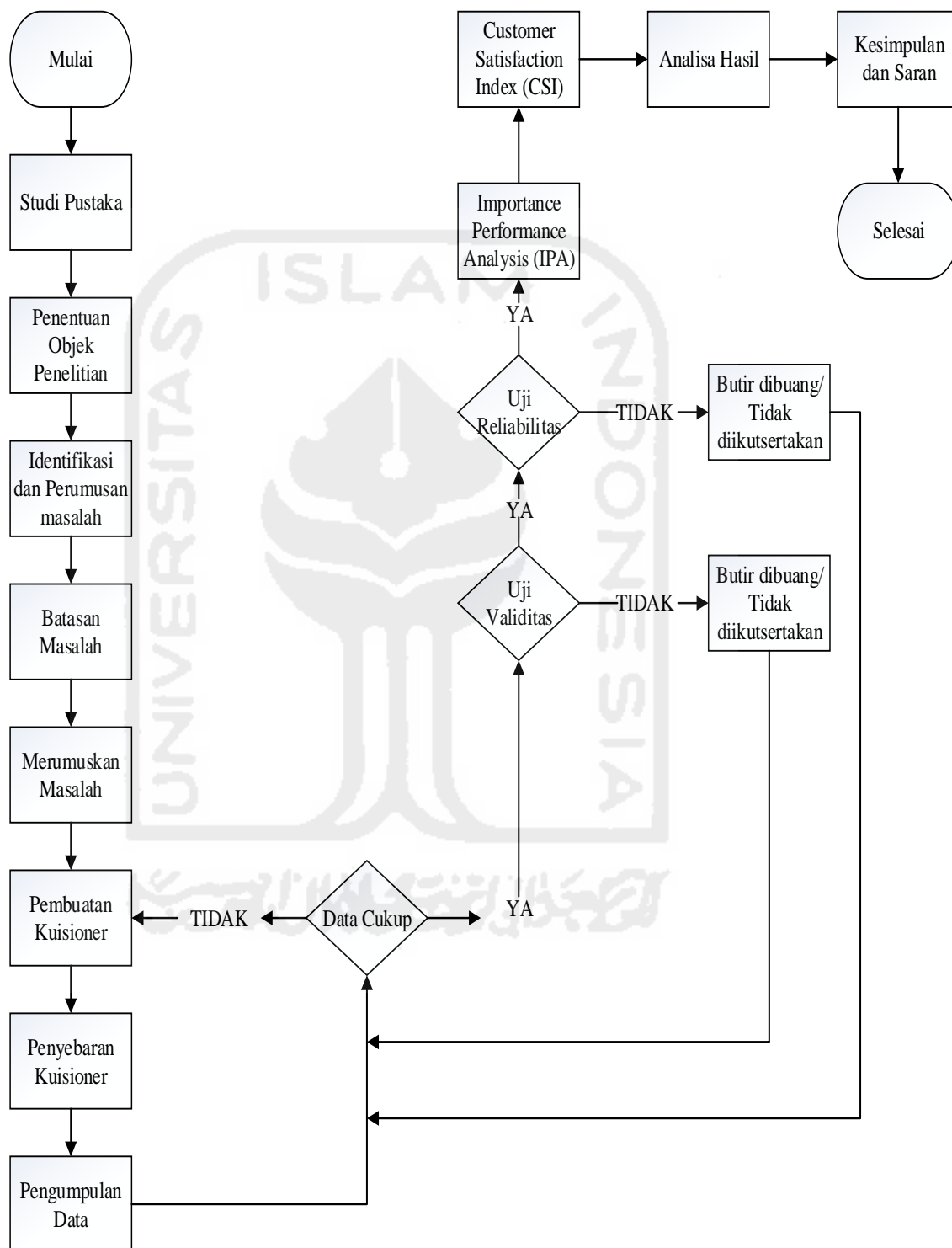


### 3.3.3 Sampel

Data dapat didapatkan pada suatu populasi menggunakan teknik sensus dan sampling atau mengambil sampel secara acak. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk mengambil kesimpulan sebagai sesuatu yang berlaku bagi populasi (Suharsimi, 1997).



### 3.4 Kerangka Penelitian



Gambar 3.1 Diagram Alir Kerangka Penelitian

Penjelasan diagram alir kerangka penelitian :

#### 1. Studi Pustaka

Di tahap ini adalah tahap dimana untuk mencari dan mengumpulkan data data dan informasi yang berasal dari jurnal jurnal , buku maupun artikel dan referensi referensi lain. Teori yang digunakan sebagai pemecah masalah ini adalah metode *Importance Perfomance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*.

#### 2. Penentuan Objek Penelitian

Di tahap ini dilakukan observasi untuk menentukan objek yang akan diteliti. Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian yaitu Kantor Pos *Processing Center* Yogyakarta

#### 3. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Di tahap ini melakukan identifikasi pada Kantor Pos *Processing Center* Yogyakarta supaya mendapatkan topik permasalahan untuk dibahas pada tugas akhir ini. Dan rumusan masalah pada Bab 1 ini mengacu pada latar belakang yang sudah diurai sebelumnya. Dan dengan adanya rumusan masalah maka diharapkan pada penelitian ini tidak mengalami perubahan.

#### 4. Batasan Masalah

Di tahap ini pada batasan masalah untuk menghindari luasnya pembahasan masalah yang ada dan mengarah pada pemecahan masalah. Batasan masalah dapat dilihat di Bab I

#### 5. Merumuskan Tujuan

Di tahap ini untuk memberi rekomendasi atau masukan pada pihak Kantor Pos agar penelitian ini berguna dan tujuan dari penelitian ini berhasil dicapai. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan arahan dalam waktu pelaksanaannya secara keseluruhan sehingga lebih terarah. Rumusan tujuan dapat dilihat pada Bab I

#### 6. Pembuatan Kuesioner

Pada penelitian ini yang digunakan sebagai alat pengumpulan data adalah kuisisioner. Kuisisioner disusun oleh variabel-variabel yang telah ditentukan.

#### 7. Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuisisioner ini disebarkan pada pelanggan/konsumen yang akan mengirim barang di Kantor pos tersebut dengan jumlah yang sudah ditentukan yaitu 90 sampel pada pelanggan yang akan mengirim barang di kantor pos tersebut.

#### 8. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara merekap dari semua jawaban konsumen/pelanggan pada kuisisioner yang sudah disebarakan

#### 9. Data Cukup

Di tahap ini jika datanya belum tercukupi maka akan dibuatkan kuisisioner tambahan. Tetapi jika sudah mencukupi maka akan dilanjutkan pada tahap selanjutnya

#### 10. Uji Validitas

Di tahap ini uji validasi digunakan untuk mengukur kuatnya dan akuratnya dari alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Pada hal ini jika validitas pada suatu variabel semakin tinggi maka uji tersebut semakin berhasil. Dan jika data yang tidak valid maka data tersebut dibuang dan tidak akan dilanjutkan pada tahap selanjutnya

#### 11. Uji Reliabilitas

Di tahap uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui konsistensi dari suatu alat pengukur didalam untuk mengukur gejala yang sama dan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur itu dapat digunakan. Dalam hal ini kehandalan dapat diartikan meski variabel-variabel dalam kuisisioner ditanyakan pada responden yang berbeda dan hasilnya tidak akan menyimpang jauh dari rata rata jawaban responden untuk variabel tersebut, dan jika ada data yang tidak sesuai maka data tersebut akan dibuang dan tidak dilanjutkan pada tahap selanjutnya

#### 12. *Importance Perfomance Analysis* (IPA)

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, maka akan dilakukan analisis dengan metode *Importance Perfomance Analysis* (IPA). Di tahap ini akan dilakukan penilaian konsumen mengenai objek penelitian

#### 13. *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Setelah dilakukan analisis dengan metode *Importance Perfomance Analysis* (IPA). Selanjutnya dilakukan analisis dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen.

#### 14. Analisa Hasil

Setelah dilakukan tahap analisis dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, IPA dan CSI. Maka dapat dianalisis mengenai kualitas pelayanan pada Kantor pos tersebut

#### 15. Kesimpulan dan Saran

Setelah dilakukan analisis hasil maka dapat disimpulkan bahwa mengenai kualitas pelayanan dan dapat memberikan saran pada pihak Kantor Pos agar kualitas pelayanannya dapat ditingkatkan lagi

### 3.5 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 objek penelitian yaitu pelanggan / konsumen secara langsung.

#### 2. Studi Kepustakaan

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

### 3.6 Pengolahan Data

#### 3.6.1 Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data dilakukan untuk menentukan jumlah data (sampel) minimal yang harus diperoleh untuk dapat mewakili keseluruhan populasi sehingga hasil yang diperoleh bersifat objektif dan bisa dipertanggung jawabkan. Sampel minimal dapat diketahui berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus (Prasesti,2008) sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Jumlah sampel

p = Proposi sebenarnya dari populasi

SE = Sampling Errorr (kesalahan sampling)

$Z_{\alpha/2}$  = Faktor tingkat keyakinan

Karena besarnya proposi 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 :

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

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

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

$$0 = 1 - 2p$$

$$-1 = -2p$$

$$p = 0.5$$

### 3.6.2 Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sampai sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dilakukan dengan metode validitas konstruk. Validitas yang digunakan untuk melihat hubungan antara hasil pengukuran suatu alat ukur dengan konsep teoritik yang dimilikinya (Singarimbun & Efendi, 1989).. Berikut merupakan tabel yang menggambarkan range validitas :

Tabel 3.1 Validitas

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

Langkah-langkah pengambilan keputusan dalam uji validasi suatu variabel pertanyaan suatu kuesioner, adalah sebagai berikut :

- a. Menentukan hipotesis

$H_0$  : skor atribut berkorelasi positif dengan skor faktor (valid)

$H_1$  : skor atribut tidak berkorelasi positif dengan faktor (tidak valid)

b. Menentukan nilai r tabel

Untuk memperoleh angka kritis pada tabel angka kritis nilai r, perlu dihitung derajat kebebasan terlebih dahulu dari tabel *rproduct moment pearson* dengan nilai :

$$df = N - 2$$

Dimana :

$df$  = derajat kebebasan

$N$  = jumlah sampel

c. Menentukan nilai r hitung

$$r = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}}$$

Dimana :

$r$  = Koefisien korelasi (validitas)

$X$  = Skor pada subjek item n

$Y$  = Skor total subjek

$XY$  = Skor pada subjek item n dikalikan skor total

$N$  = Banyaknya subjek / responden

d. Mengambil keputusan

- Jika  $r_{hasil}$  positif, serta  $r_{hasil} > r_{tabel}$ , maka variabel tersebut valid
- Jika  $r_{hasil}$  positif, serta  $r_{hasil} < r_{tabel}$ , maka variabel tersebut tidak valid
- Jika  $r_{hasil}$  negatif, serta  $r_{hasil} > r_{tabel}$ , maka variabel tersebut tidak valid
- Jika  $r_{hasil}$  negatif, serta  $r_{hasil} < r_{tabel}$ , maka variabel tersebut tidak valid

Apabila pengujian validitas pada semua pertanyaan ini memberikan hasil yang valid, maka kuesioner sudah layak untuk disebar, tetapi apabila terdapat pertanyaan yang tidak valid, kemungkinan pertanyaan tersebut kurang baik penyusunan kalimatnya, sehingga menimbulkan penafsiran yang berbeda. Hal ini dapat diperbaiki dengan mengganti susunan kalimat tersebut dengan susunan yang lebih baik agar tidak terjadi penafsiran yang berbeda (Singarimbun & Efendi, 1989).

Perhitungan uji validitas menggunakan bantuan program aplikasi SPSS.

Langkah-langkah uji validitas menggunakan program aplikasi SPSS sebagai berikut :

1. Buka program aplikasi SPSS versi 16.0.
2. Klik *Variable View*, pada kolom *name* tuliskan jumlah item dari soal kuisioner dimana jumlah soal kuisioner sebanyak 22 pertanyaan
3. Klik *Data View* pada bagian bawah dan masukkan data hasil kuisioner yang telah disebar
4. Selanjutnya pilih menu *Analyze*, kemudian pilih sub menu *Correlate*, dan kemudian pilih *Bivariate*.
5. Kemudian akan menampilkan kotak baru dari kotak dialog *Bivariate Correlations*, kemudian semua variable ke kotak *Variables*. Pada bagian *Correlations Coefficients* diberi  $\checkmark$  pada *Pearson*, pada bagian *Test of Significant* pilih *Two-tailed*. Beri  $\checkmark$  pada *Flag Significant Correlations* kemudian klik OK.
6. Hasil output yang diperoleh akan keluar.

### 3.6.3 Uji Reliabilitas

Apabila kuisioner sudah terbukti valid, maka selanjutnya akan diuji reliabilitasnya. Reliabilitas adalah tingkat keandalan kuisioner. Kuisioner yang reliabel adalah kuisioner yang apabila diujicobakan secara berulang-ulang pada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama. Angka koefisien reliabilitas berkisar antara 0.00 hingga 1.00. Butir kuisioner dinyatakan reliabel jika memberikan nilai  $\alpha > 0.60$  (Ghozali, 2002). Adapun rumus untuk menghitung nilai alpha adalah :

$$r_{Cronbach's\ Alpha} = \frac{M}{M - 1} \left( 1 - \frac{JKx}{JKy} \right)$$

Dimana :

M = Jumlah butir pertanyaan

JKx = Jumlah kuadrat skor butir

JKy = Jumlah kuadrat total skor faktor



Hasil perhitungan  $r_{hitung}$  pada *software* SPSS 16 (pada lampiran) dapat dilihat pada nilai *Cronbach's Alpha*. Apabila koefisien reliabilitas  $> 0.6$ , maka kuesioner dikatakan telah reliabel.

Tabel 3.2 Indeks koefisien reliabilitas

| Nilai Interval | Kriteria      |
|----------------|---------------|
| $< 0,20$       | Sangat Rendah |
| $0,20 - 0,399$ | Rendah        |
| $0,40 - 0,599$ | Cukup         |
| $0,60 - 0,799$ | Tinggi        |
| $0,80 - 1,00$  | Sangat Tinggi |

Langkah-langkah uji reliabilitas menggunakan program aplikasi SPSS sebagai berikut :

1. Buka program aplikasi SPSS versi 16.0.
2. Klik *Variable View*, pada kolom *name* tuliskan jumlah item dari soal kuisisioner dimana jumlah soal kuisisioner sebanyak 22 pertanyaan
3. Klik *Data View* pada bagian bawah dan masukkan data hasil kuisisioner yang telah disebar
4. Selanjutnya pilih menu *Analyze*, kemudian pilih *Scale*, dan kemudian pilih *Reliability Analyze*.
5. Kemudian akan menampilkan kotak baru dari kotak dialog *Reliability Analyze*, kemudian semua variabel ke kotak *Variables* dan pada bagian model pilih *Alpha*
6. Langkah selanjutnya klik *Statistic*, pada *Descriptives for*, klik *Scale if item deleted*, kemudian klik *Continue* dan klik OK
7. Hasil output yang diperoleh akan keluar

### 3.7 Importance Performance Analysis (IPA)

Menurut Supranto (2001), ada dua tahapan pengolahan yang digunakan pada metode *Importance Performance Analysis* (IPA) yaitu :

#### 3. Analisis Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja perusahaan dengan skor kepentingan perusahaan. Dimana tingkat kesesuaian digunakan untuk menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor kinerja yang diukur.

Rumus tingkat kesesuaian yang digunakan dalam metode IPA adalah sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

$TKi$  = Tingkat kesesuaian responden

$Xi$  = Skor penilaian kinerja / kepuasan (persepsi)

$Yi$  = Skor penilaian kepentingan (harapan)

Langkah selanjutnya adalah penulisan sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja perusahaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan konsumen. Rumus yang digunakan yaitu :

$$\bar{X}_1 = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{n}$$

$$\bar{Y}_1 = \frac{\sum_{i=1}^n Yi}{n}$$

Dimana :

$\bar{X}_1$  = Skor rata-rata tingkat kinerja perusahaan

$\bar{Y}_1$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan konsumen

$n$  = Jumlah responden

#### 4. Analisis Diagram Kartesius

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

$$\bar{X}_1 = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{K} \quad \text{dan} \quad \bar{Y}_1 = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{K}$$

Dimana :

$\bar{X}_1$  = rata-rata dari rata-rata skor kinerja perusahaan

$\bar{Y}_1$  = rata-rata dari rata-rata skor kepentingan konsumen

K = banyaknya atribut / faktor yang mempengaruhi penilaian kinerja

Tahap selanjutnya setiap atribut ditempatkan sesuai pada empat kuadran diagram tersebut. Sesuai dengan rata-rata kepentingan dan rata-rata kinerja sehingga dapat diketahui atribut mana yang berada pada tiap kuadran.

### 3.8 Customer Satisfaction Index (CSI)

Menurut Stratford dan Sopian (2006), pengolahan yang digunakan pada metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dilakukan melalui empat tahap sebagai berikut :

#### 5. Menghitung *Weighting Factor* (WF)

Mengubah nilai kepentingan menjadi angka persentase dari total rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang diuji, sehingga diperoleh total WF 100%.

$$\text{WF \%} = \frac{\bar{Y}}{(\sum_{i=1}^p \bar{Y}) : \text{Responden}}$$

Dimana :

p = atribut kepentingan ke-p

6. Membuat *Weight Score* (WS)

Perkalian antara nilai rata-rata tingkat kinerja masing-masing atribut dengan WF masing-masing atribut.

$$WS = WF \% \times \bar{X}$$

7. Menentukan *Weighted Total* (WT)

Menjumlahkan WS dari semua atribut.

$$WT = \sum_{i=1}^p WS$$

8. Menghitung *Customer Satisfaction Index*

WT dibagi skala maksimal yang digunakan (dalam penelitian ini skala maksimal adalah 5) kemudian dikalikan 100%.

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS}{HS} \times 100\%$$

Dimana :

p = atribut kepentingan ke-p

HS (*High Scale*) = skala maksimum yang digunakan yaitu 5

Skala kepuasan konsumen yang umum dipakai dalam interpretasi indeks adalah skala 0 sampai skala 1. Berikut merupakan tabel Skala Kriteria *Customer Satisfaction Index* :

Tabel. 3.3 Skala Kriteria *Customer Satisfaction Index*

| No. | Nilai Index Kepuasan Pelanggan | Kriteria <i>Customer Satisfaction</i> |
|-----|--------------------------------|---------------------------------------|
| 1   | 0,00 – 0,34                    | Tidak Puas                            |
| 2   | 0,35 – 0,50                    | Kurang Puas                           |
| 3   | 0,51 – 0,65                    | Cukup Puas                            |
| 4   | 0,66 – 0,80                    | Puas                                  |
| 5   | 0,81 – 1,00                    | Sangat Puas                           |

### 3.9 Analisa dan Pembahasan

Di tahap ini adalah untuk melakukan analisis dan pembahasan dari hasil pengolahan data yang merupakan hasil pengukuran kinerja pelayanan dengan metode *Importance*

*Perfomance Analysis* (IPA) dan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) sehingga dapat diketahui kondisi kinerja pelayanan dari Kantor Pos tersebut

### **3.10 Kesimpulan dan Saran**

Pada tahap ini peneliti memberikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah di lakukan di Kantor Pos. Jawaban dari tujuan penelitian didapatkan dari hasil menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan dan memberikan saran kepada perusahaan untuk meningkatkan pelayanannya lebih baik lagi dan membuat masukan kepada peneliti selanjutnya supaya bisa meneliti lebih lanjut lagi.



## **BAB IV**

### **PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

#### **4.1 Pengumpulan Data**

##### **4.1.1 Sejarah PT.Pos Indonesia**

Sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia begitu panjang, Kantorpos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jendral G.W Baron van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dari dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak itulah pelayanan pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik.

Setelah Kantor pos Batavia didirikan, maka empat tahun kemudian didirikan Kantorpos Semarang untuk mengadakan perhubungan pos yang teratur antara kedua tempat itu dan untuk mempercepat pengirimannya. Rute perjalanan pos kala itu ialah melalui Karawang, Cirebon dan Pekalongan.

Pos Indonesia telah beberapa kali mengalami perubahan status mulai dari Jawatan PTT (Post, Telegraph dan Telephone). Badan usaha yang dipimpin oleh seorang Kepala Jawatan ini operasinya tidak bersifat komersial dan fungsinya lebih diarahkan untuk mengadakan pelayanan publik. Perkembangan terus terjadi hingga statusnya menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Mengamati perkembangan zaman dimana sektor pos dan telekomunikasi berkembang sangat pesat, maka pada tahun 1965 berganti menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro), dan pada tahun 1978 berubah menjadi Perum Pos dan Giro yang sejak ini ditegaskan sebagai badan usaha tunggal dalam menyelenggarakan dinas pos dan giropos baik untuk hubungan dalam maupun luar negeri. Selama 17 tahun berstatus Perum, maka pada Juni 1995 berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia (Persero).

*Mail Processing Center* adalah dirian Pos yang mempunyai fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian serta penanggung jawab implementasi kebijakan pemrosesan, pendistribusian dan pengantaran kiriman pos secara efektif dan efisien di wilayah kerjanya.

Tugas *Mail Processing Center* Yogyakarta, yaitu :

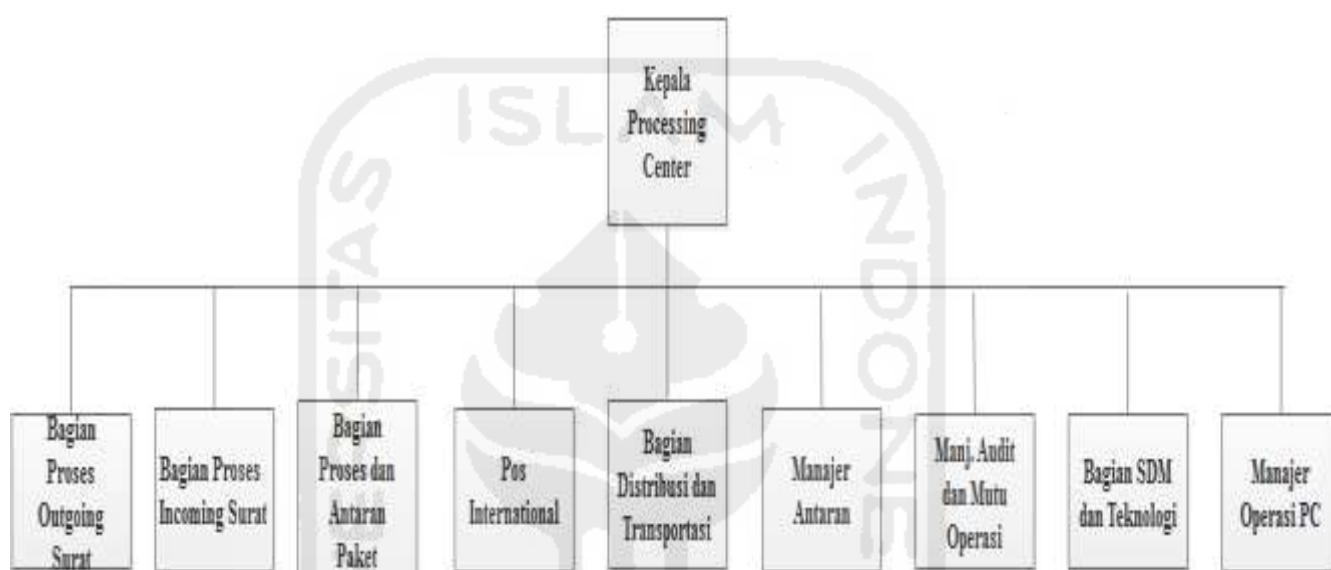
1. Menetapkan kebijakan mutu, sasaran mutu, standar mutu pemrosesan, pendistribusian dan pengantaran kiriman di wilayah kerjanya;
2. Merencanakan, mengorganisasikan dan mengendalikan aktivitas pemrosesan, pendistribusian dan pengantaran kiriman di wilayah kerjanya;
3. Merencanakan, mengorganisasikan dan mengendalikan aktivitas dukungan umum dan teknologi serta sarana;
4. Melakukan koordinasi dengan SBU;
5. Melaksanakan pembinaan dan pengawasan melekat;
6. Menyusun rencana kerja anggaran (RKA) unit kerja;
7. Mengelola sumber daya pada unit kerjanya.

Dalam melaksanakan fungsi dan tugasnya, setiap pimpinan unit kerja pada Kantor Pos *Processing Center* Yogyakarta, wajib:

- a. Menerapkan prinsip koordinasi, integrasi dan sinkronisasi, baik di lingkungan masing – masing maupun antar unit organisasi di lingkungan *Mail Processing Center* Yogyakarta serta dengan institusi lain di dalam dan di luar perusahaan sesuai dengan tugas masing – masing.
- b. Melaksanakan program peningkatan terhadap kualitas sumber daya manusia secara berkelanjutan di unit kerja masing – masing dalam rangka pembinaan karier dan kaderisasi.
- c. Memimpin dan mengkoordinasi bawahan masing - masing serta memberikan bimbingan dan petunjuk bagi pelaksanaan tugas bawahan;
- d. Menjalankan petunjuk dan bertanggung jawab kepada atasan masing-masing serta menyampaikan laporan berkala sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan;
- e. Dalam hal Kepala Kantor Pos *Processing Center* Yogyakarta berhalangan tidak tetap, maka harus ditunjuk salah seorang Wakil Kepala Bidang sebagai pengganti sementara untuk pelaksana harian;

- f. Laporan yang diterima wajib dianalisis oleh setiap pimpinan unit kerja sebagai dasar penetapan kebijakan dan umpan balik kepada bawahan dalam bentuk arahan dan petunjuk pelaksanaannya.
- g. Mengikuti dan mematuhi petunjuk serta bertanggung jawab kepada atasan langsung dan menyampaikan laporan berkala tepat pada waktunya.

Berikut ini adalah Struktur Organisasi Kantor Pos *Processing Center* Yogyakarta :



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kantor Pos

#### 4.1.2 Visi Misi Perusahaan

##### 4.1.2.1 Visi Perusahaan

“Menjadi raksasa logistik pos dari Timur”

##### 4.1.2.2 Misi Perusahaan

- Berkomitmen kepada pelanggan untuk menyediakan layanan yang selalu tepat waktu dan nilai terbaik
- Berkomitmen kepada karyawan untuk memberikan iklim kerja yang aman,nyaman dan menghargai kontribusi
- Berkomitmen kepada pemegang saham untuk memberikan hasil usaha yang menguntungkan dan terus bertumbuh
- Berkomitmen untuk berkontribusi positif kepada masyarakat



- Berkomitmen untuk berperilaku transparan dan terpercaya kepada seluruh pemangku kepentingan

## 4.2 Pengolahan Data

Di pengolahan data ini dibagi menjadi beberapa jumlah tahapan yang dimulai dari uji kecukupan data untuk mengetahui data yang sudah diambil apakah cukup atau tidak untuk mewakili populasi, kemudian uji validitas dan uji reliabilitas jika semua data tersebut sudah valid dan reliable kemudian akan dilakukan analisis kinerja menggunakan pendekatan *Importance and Performance Analysis* (IPA) kemudian dilanjutkan perhitungan tingkat kepuasan konsumen dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).

### 4.2.1 Uji Kecukupan Data

Setelah dilakukan penyebaran kuisisioner kemudian dilanjutkan pada tahap selanjutnya dengan uji kecukupan data yang tujuannya untuk mengetahui apakah data yang diambil sudah cukup atau belum untuk mewakili satu populasi, kemudian dengan melakukan perhitungan data maka akan diketahui berapa banyak data minimal yang dibutuhkan. Untuk menentukannya dilakukan dengan rumus (Prasesti,2008). Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 90% dan tingkat ketelitian ( $\alpha$ )10% = 0,1 ;  $\alpha/2= 0,05$  ;  $Z_{\alpha/2} = 1,645$  dengan perhitungan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

p = Proposi sebenarnya dari populasi

SE = Sampling Errorr (kesalahan sampling)

$Z_{\alpha/2}$  = Faktor tingkat keyakinan

Karena besarnya proposi 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 :

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

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

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

$$0 = 1 - 2p$$

$$-1 = -2p$$

$$p = 0.5$$

Harga maksimal  $f(p)$  adalah  $p(1-p) = 0.5(1-0.5) = 0.25$ , sehingga besarnya sampel jika mengandung tingkat kepercayaan sebesar 90% dan kesalahan yang terjadi tidak lebih dari 10% adalah :

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

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

$$n = 67.65 \approx 68 \text{ responden}$$

Jadi jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah 68 responden. Dan untuk penelitian ini menggunakan 90 responden. (90 responden  $\geq$  68 responden data sudah mencukupi ).

#### 4.2.2 Kuisisioner

Jumlah kuisisioner yang sudah disebarakan pada responden yaitu sebanyak 90 responden. Pada kuisisioner tersebut terdapat atribut-atribut pertanyaan untuk mengetahui tentang pelayanan yang dilakukan oleh pihak kantor pos kepada pelanggan kantor pos tersebut. Berikut ini merupakan rincian dari responden yang telah mengisi kuisisioner tersebut :

Jumlah kuisisioner yang disebarakan : 90

Jumlah kuisisioner yang dapat diolah : 90 (Valid)

Jumlah kuisisioner yang tidak dapat diolah : 0

#### 4.2.3 Uji Validitas

Uji validitas data dilakukan untuk mengukur apakah kuisisioner yang telah diberikan kepada responden tersebut valid atau tidak. Uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan program aplikasi SPSS maupun secara manual .Pada penelitian ini

uji validitas dilakukan dengan teknik *Corrected Corelation* menggunakan program aplikasi SPSS versi 16.0. Berikut langkah-langkah dalam menguji validitas data :

a. Menentukan Hipotesis

$H_0$  = Butir pertanyaan kuisioner valid

$H_1$  = Butir pertanyaan kuisioner tidak valid

b. Menentukan nilai  $r_{tabel}$

Untuk harga  $r_{tabel}$  dengan tingkat  $\alpha = 5\%$  dan *degree of freedom* (df) =  $N-2 = 90 - 2 = 88$ , maka nilai  $r_{tabel} = 0,207$

c. Mencari nilai  $r_{hitung}$

Perhitungan  $r_{hitung}$  dapat diperoleh setelah melakukan pengolahan data dengan bantuan *software SPSS 16.0 for windows*. Nilai  $r_{hitung}$  dapat dilihat dari hasil *output SPSS 16.0* pada nilai *Corrected Item Total* (output terlampir).

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

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

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

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

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak (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 |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------|----------|-------------|--------|
|                         |                                                                    | Kepentingan  | Kepuasan |             |        |
| Tangibles (Bukti Fisik) |                                                                    |              |          |             |        |
| 1                       | Lokasi kantor pos yang mudah dijangkau dan dekat dengan pusat kota | 0,580        | 0,430    | 0,207       | Valid  |
| 2                       | Penataan interior dan eksterior kantor pos yang menarik            | 0,490        | 0,689    | 0,207       | Valid  |
| 3                       | Parkiran motor / mobil di kantor pos yang luas                     | 0,532        | 0,477    | 0,207       | Valid  |
| 4                       | Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan bangunan kantor pos           | 0,668        | 0,660    | 0,207       | Valid  |
| 5                       | Fasilitas kantor pos yang memadai                                  | 0,733        | 0,660    | 0,207       | Valid  |

| No | Atribut                                                                              | r <sub>hitung</sub> |          | r <sub>tabel</sub> | Status |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|----------|--------------------|--------|
|    |                                                                                      | Kepentingan         | Kepuasan |                    |        |
| 6  | Penampilan pegawai kantor pos yang rapi dan menarik                                  | 0,642               | 0,670    | 0,207              | Valid  |
|    | Empathy (Empati)                                                                     |                     |          |                    |        |
| 7  | Para Karyawan yang selalu memberikan senyum dan sapa kepada pelanggan                | 0,711               | 0,706    | 0,207              | Valid  |
| 8  | Para Karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial pelanggan | 0,790               | 0,653    | 0,207              | Valid  |
| 9  | Karyawan memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan                     | 0,619               | 0,675    | 0,207              | Valid  |
| 10 | Para Karyawan mampu memahami akan kebutuhan ataupun keluhan konsumen                 | 0,743               | 0,718    | 0,207              | Valid  |
| 11 | Kesungguhan para Karyawan dalam memberikan pelayanan                                 | 0,688               | 0,811    | 0,207              | Valid  |
|    | Reliability (Kehandalan)                                                             |                     |          |                    |        |
| 12 | Keramahan Karyawan dalam melayani pelanggan                                          | 0,688               | 0,635    | 0,207              | Valid  |
| 13 | Keterampilan dan kecakapan Karyawan dalam menerima pelanggan                         | 0,774               | 0,803    | 0,207              | Valid  |
| 14 | Karyawan menyediakan berbagai pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan                | 0,846               | 0,820    | 0,207              | Valid  |
|    | Responsiveness (Daya Tanggap)                                                        |                     |          |                    |        |
| 15 | Kesiapan Karyawan setiap saat apabila dibutuhkan                                     | 0,659               | 0,817    | 0,207              | Valid  |
| 16 | Kecepatan dan ketepatan Karyawan pada saat proses administrasi                       | 0,736               | 0,819    | 0,207              | Valid  |
| 17 | Kemampuan pihak kantor pos dalam menanggapi keluhan / kritik / saran dari konsumen   | 0,735               | 0,785    | 0,207              | Valid  |
|    | Assurance (Kepastian)                                                                |                     |          |                    |        |
| 18 | Karyawan terampil dalam menangani pelanggan                                          | 0,800               | 0,793    | 0,207              | Valid  |
| 19 | Karyawan mampu berkomunikasi yang baik kepada pelanggan                              | 0,833               | 0,767    | 0,207              | Valid  |

| No | Atribut                                                          | $r_{hitung}$ |          | $r_{tabel}$ | Status |
|----|------------------------------------------------------------------|--------------|----------|-------------|--------|
|    |                                                                  | Kepentingan  | Kepuasan |             |        |
| 20 | Kesopanan dan keramahan yang diberikan karyawan kepada pelanggan | 0,853        | 0,733    | 0,207       | Valid  |
| 21 | Pengetahuan yang dimiliki karyawan sesuai dengan bidangnya       | 0,699        | 0,725    | 0,207       | Valid  |
| 22 | Jaminan kepercayaan terhadap pelayanan                           | 0,763        | 0,688    | 0,207       | Valid  |

Pada hasil uji validitas menggunakan 90 kuisisioner dengan menggunakan bantuan *software SPSS 16.0 for windows*. Dapat diketahui bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang ada di kuisisioner telah valid.

#### 4.2.4 Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas syarat penting lain yang juga diperlukan pada penelitian yaitu kereliabilitasan suatu data. Teknik uji reliabilitas yang digunakan adalah analisis dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan bantuan *software SPSS 16.0 for windows*.

Berikut langkah-langkah :

- a. Menentukan Hipotesis

$H_0$  = Butir pertanyaan kuisisioner reliabel

$H_1$  = Butir pertanyaan kuisisioner tidak reliabel

- b. Menentukan nilai  $r_{hitung}$

Hasil dari perhitungan  $r_{Cronbach's Alpha}$  pada *software SPSS 16.0 for windows* dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.2 *Cronbach's Alpha* pada uji reliabilitas skor kepentingan

| <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>N of Items</i> |
|-------------------------|-------------------|
| 0,760                   | 22                |

Tabel 4.3 *Cronbach's Alpha* pada uji reliabilitas skor kepuasan

| <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>N of Items</i> |
|-------------------------|-------------------|
| 0,760                   | 22                |

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

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

Hasil dari perhitungan uji reliabilitas tersebut dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0.6$ . Hal ini membuktikan bahwa atribut-atribut pertanyaan yang digunakan di dalam kuisisioner reliabel artinya bahwa atribut-atribut pada kuisisioner yang sudah disebar dapat menunjukkan stabilitas dari hasil pengamatan bila diukur menggunakan atribut-atribut tersebut. Jadi berapa kali pun atribut-atribut pertanyaan dalam kuisisioner tersebut ditanyakan kepada responden yang berlainan, hasilnya tidak akan jauh dari rata-rata jawaban responden untuk atribut-atribut tersebut.

#### 4.2.5 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diteliti meliputi jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan kebutuhan yang diperlukan

##### 4.2.5.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil jawaban kuisisioner dari 90 responden, diketahui bahwa terdapat perbandingan antara responden laki-laki dan perempuan sebesar 69 responden laki-laki dan 21 responden perempuan.

Tabel 4.4 Jumlah responden menurut jenis kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah (responden) |
|---------------|--------------------|
| Laki-laki     | 69                 |
| Perempuan     | 21                 |
| Total         | 90                 |

#### 4.2.5.2 Tingkat Pendidikan

Berdasarkan pada hasil kuisioner dari 90 orang responden, ada 5 pilihan tingkat pendidikan yaitu SMA, D3, S1, S2 dan S3 . Dapat diketahui bahwa ada perbandingan antara tingkat pendidikan seorang responden dengan responden lainnya yaitu sebesar responden SMA 6 responden D3 , 55 responden S1 11 responden S2 , 0 responden S3

Tabel 4.5 Jumlah responden menurut tingkat pendidikan

| Tingkat Pendidikan | Jumlah (responden) |
|--------------------|--------------------|
| SMA                | 18                 |
| D3                 | 6                  |
| S1                 | 55                 |
| S2                 | 11                 |
| S3                 | 0                  |
| Total              | 90                 |

#### 4.2.5.3 Pekerjaan

Berdasarkan pada hasil kuisioner dari 90 orang responden, terdapat 5 pilihan jenis pekerjaan yaitu pengusaha, pegawai negeri, pegawai swasta, TNI/POLRI dan ibu rumah tangga. Diketahui bahwa terdapat perbandingan jenis pekerjaan seorang responden dengan responden lainnya yaitu sebesar 43 responden pengusaha ,6

responden pegawai negeri , 38 responden pegawai swasta , 0 responden TNI/POLRI , dan 3 responden ibu rumah tangga .

Tabel 4.6 Jumlah responden menurut pekerjaan

| <b>Pekerjaan</b> | <b>Jumlah (responden)</b> |
|------------------|---------------------------|
| Pengusaha        | 43                        |
| Pegawai negeri   | 6                         |
| Pegawai swasta   | 38                        |
| TNI/POLRI        | 0                         |
| Ibu rumah tangga | 3                         |
| Total            | 90                        |

#### 4.2.5.4 Kebutuhan yang Diperlukan

Berdasarkan hasil jawaban kuisioner dari 90 responden, Diketahui bahwa terdapat perbandingan jenis kebutuhan yang diperlukan oleh seorang responden dengan responden lainnya yaitu sebesar 78 responden akan mengambil barang, 6 responden melakukan *complain* , Dan lain-lain 6 responden .

Tabel 4.7 Jumlah responden berdasarkan Kebutuhan yang Diperlukan

| <b>Kebutuhan yang Diperlukan</b> | <b>Jumlah (responden)</b> |
|----------------------------------|---------------------------|
| Mengambil Barang                 | 78                        |
| Complain                         | 6                         |
| Dan lain-lain                    | 6                         |
| Total                            | 90                        |



### 4.3 Importance Performance Analysis (IPA)

Dalam metode *Importance Performance Analysis* (IPA) ini , kemudian dilakukan perhitungan selanjutnya yaitu perhitungan nilai tingkat kepentingan / harapan dan tingkat kepuasan pelanggan / konsumen Kantor Pos . Kemudian menghitung rata-rata tingkat kepuasan ( $\bar{X}$ ) dan rata-rata tingkat kepentingan ( $\bar{Y}$ ) dan kemudian hasilnya akan dipetakan ke dalam diagram kartesius yang terbagi dalam 4 kuadran dengan menggunakan bantuan *software SPSS 16.0 for Windows*.

#### 4.3.1 Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja perusahaan dengan skor kepentingan perusahaan. Dimana tingkat kesesuaian digunakan untuk menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor kinerja yang diukur. Dilakukan perhitungan tingkat kesesuaian yang nantinya untuk menentukan apakah perusahaan itu melakukan tindakan atau mempertahankan dari atribut pelayanannya, selain itu tingkat kesesuaian juga menentukan atribut mana yang menjadi prioritas untuk peningkatan dari faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen. Contoh perhitungannya adalah sebagai berikut :

1. Menghitung skor kepuasan dan skor kepentingan

$$\text{Kepuasan Atribut 1} = 4+5+3+2+\dots+4 = 361$$

$$\text{Kepentingan Atribut 1} = 5+5+4+5+\dots+4 = 391$$

2. Menghitung tingkat kesesuaian

$$\text{Tingkat kesesuaian atribut 1}$$

$$= (\text{skor kepuasan atribut 1} : \text{skor kepentingan atribut 1}) \times 100\%$$

$$= (361 : 391) \times 100\%$$

$$= 92,327 \%$$

$$\text{Rata-rata tingkat kesesuaian}$$

$$= (\text{Jumlah skor tingkat kesesuaian}) : 22$$

$$= (92,32 + 94,88 + 91,45 + \dots + 84,98) : 22$$

$$= 88,912 \%$$

Hasil pengolahan data dapat dilihat pada tabel dibawah ini, tabel 4.8 tabel tingkat kesesuaian.

Tabel 4.8 Tabel Tingkat Kesesuaian

| No | Atribut                                                                              | Total Skor  |          | Kesesuaian |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----------|------------|
|    |                                                                                      | Kepentingan | Kepuasan |            |
|    | Tangibles (Bukti Fisik)                                                              |             |          |            |
| 1  | Lokasi kantor pos yang mudah dijangkau dan dekat dengan pusat kota                   | 391         | 361      | 92.33      |
| 2  | Penataan interior dan eksterior kantor pos yang menarik                              | 352         | 334      | 94.89      |
| 3  | Parkiran motor / mobil di kantor pos yang luas                                       | 386         | 353      | 91.45      |
| 4  | Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan bangunan kantor pos                             | 392         | 348      | 88.78      |
| 5  | Fasilitas kantor pos yang memadai                                                    | 391         | 345      | 88.24      |
| 6  | Penampilan pegawai kantor pos yang rapi dan menarik                                  | 388         | 355      | 91.49      |
|    | Empathy (Empati)                                                                     |             |          |            |
| 7  | Para Karyawan yang selalu memberikan senyum dan sapa kepada pelanggan                | 394         | 366      | 92.89      |
| 8  | Para Karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial pelanggan | 400         | 362      | 90.50      |
| 9  | Karyawan memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan                     | 383         | 341      | 89.03      |
| 10 | Para Karyawan mampu memahami akan kebutuhan ataupun keluhan konsumen                 | 392         | 349      | 89.03      |
| 11 | Kesungguhan para Karyawan dalam memberikan pelayanan                                 | 398         | 352      | 88.44      |
|    | Reliability (Kehandalan)                                                             |             |          |            |
| 12 | Keramahan Karyawan dalam melayani pelanggan                                          | 405         | 358      | 88.40      |
| 13 | Keterampilan dan kecakapan Karyawan dalam menerima pelanggan                         | 402         | 359      | 89.30      |
| 14 | Karyawan menyediakan berbagai pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan                | 398         | 344      | 86.43      |
|    | Responsiveness (Daya Tanggap)                                                        |             |          |            |

| No | Atribut                                                                                                  | Total Skor  |          | Kesesuaian |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----------|------------|
|    |                                                                                                          | Kepentingan | Kepuasan |            |
| 15 | Kesiapan Karyawan setiap saat apabila dibutuhkan                                                         | 393         | 357      | 90.84      |
| 16 | Kecepatan dan ketepatan Karyawan pada saat proses administrasi                                           | 403         | 349      | 86.60      |
| 17 | Kemampuan pihak kantor pos dalam menanggapi keluhan / kritik / saran dari konsumen Assurance (Kepastian) | 410         | 335      | 81.71      |
| 18 | Karyawan terampil dalam menangani pelanggan                                                              | 409         | 353      | 86.31      |
| 19 | Karyawan mampu berkomunikasi yang baik kepada pelanggan                                                  | 415         | 358      | 86.27      |
| 20 | Kesopanan dan keramahan yang diberikan karyawan kepada pelanggan                                         | 407         | 364      | 89.43      |
| 21 | Pengetahuan yang dimiliki karyawan sesuai dengan bidangnya                                               | 399         | 354      | 88.72      |
| 22 | Jaminan kepercayaan terhadap pelayanan                                                                   | 413         | 351      | 84.99      |
|    | Nilai rata-rata                                                                                          |             |          | 88.91      |

Berdasarkan tabel 4.8 yaitu antara tingkat kepuasan pelayanan Kantor Pos Processing Center Yogyakarta dengan tingkat kepentingan atribut-atribut pelayanan, maka dibuat suatu penilaian khusus yang menjadi dasar untuk mempertahankan prestasi pelayanan yang baik atau harus melakukan perbaikan terhadap layanan yang sudah ada. Batas dari pengambilan keputusan yaitu sebesar 88.91 %  $\approx$  89 % dengan cara menggunakan tolak ukur yaitu nilai rata-rata tingkat kesesuaian atribut pertanyaan.

Dasar dari keputusan tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Bila  $TK < 89\%$  maka dilakukan perbaikan / *action* (A)
- b. Bila  $TK \geq 89\%$  maka dilakukan usaha untuk mempertahankan prestasi/*hold* (H)

Tabel 4.9 Tabel Keputusan *Hold & Action*

| No | Tingkat Kesesuaian | Keputusan <i>Hold</i> (H)<br>atau <i>Action</i> (A) |
|----|--------------------|-----------------------------------------------------|
| 1  | 92.33              | H                                                   |
| 2  | 94.89              | H                                                   |
| 3  | 91.45              | H                                                   |
| 4  | 88.78              | A                                                   |
| 5  | 88.24              | A                                                   |
| 6  | 91.49              | H                                                   |
| 7  | 92.89              | H                                                   |
| 8  | 90.50              | H                                                   |
| 9  | 89.03              | H                                                   |
| 10 | 89.03              | H                                                   |
| 11 | 88.44              | H                                                   |
| 12 | 88.40              | H                                                   |
| 13 | 89.30              | H                                                   |
| 14 | 86.43              | H                                                   |
| 15 | 90.84              | H                                                   |
| 16 | 86.60              | H                                                   |
| 17 | 81.71              | A                                                   |
| 18 | 86.31              | A                                                   |
| 19 | 86.27              | A                                                   |
| 20 | 89.43              | H                                                   |
| 21 | 88.72              | A                                                   |
| 22 | 84.99              | A                                                   |

#### 4.3.2 Rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan

Sebelum menentukan nilai kepentingan dan nilai kepuasan konsumen ke dalam diagram kartesius terlebih dahulu mencari rata-rata dari tiap atribut dari nilai kepentingan dan nilai kepuasan konsumen. Contoh perhitungan untuk mencari rata-rata nilai atribut 1 :

$$\text{Rata-rata kepentingan : } \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} = \frac{5+5+4+5+5+\dots+4}{90} = 4,34$$

$$\text{Rata-rata kepuasan : } \bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} = \frac{4+5+3+2+4+\dots+4}{90} = 4,01$$

Tabel 4.10 Nilai rata-rata tiap atribut

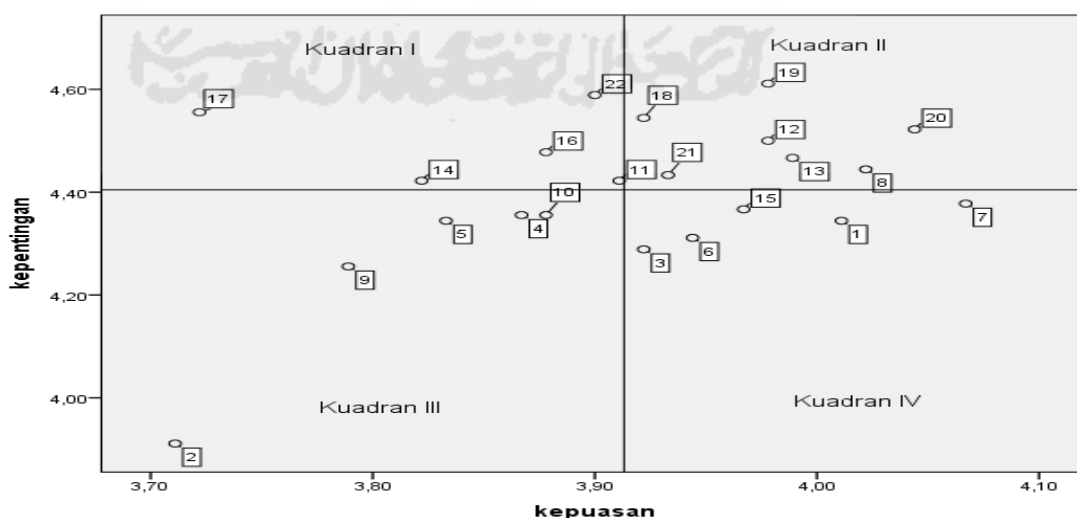
| No | Atribut                                                                              | Rata-rata<br>Kepentingan | Rata –rata<br>Kepuasan |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|------------------------|
|    | Tangibles (Bukti Fisik)                                                              |                          |                        |
| 1  | Lokasi kantor pos yang mudah dijangkau dan dekat dengan pusat kota                   | 4.34                     | 4.01                   |
| 2  | Penataan interior dan eksterior kantor pos yang menarik                              | 3.91                     | 3.71                   |
| 3  | Parkiran motor / mobil di kantor pos yang luas                                       | 4.29                     | 3.92                   |
| 4  | Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan bangunan kantor pos                             | 4.36                     | 3.87                   |
| 5  | Fasilitas kantor pos yang memadai                                                    | 4.34                     | 3.83                   |
| 6  | Penampilan pegawai kantor pos yang rapi dan menarik                                  | 4.31                     | 3.94                   |
|    | Empathy (Empati)                                                                     |                          |                        |
| 7  | Para Karyawan yang selalu memberikan senyum dan sapa kepada pelanggan                | 4.38                     | 4.07                   |
| 8  | Para Karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial pelanggan | 4.44                     | 4.02                   |
| 9  | Karyawan memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan                     | 4.26                     | 3.79                   |
| 10 | Para Karyawan mampu memahami akan kebutuhan ataupun keluhan konsumen                 | 4.36                     | 3.88                   |
| 11 | Kesungguhan para Karyawan dalam memberikan pelayanan                                 | 4.42                     | 3.91                   |
|    | Reliability (Kehandalan)                                                             |                          |                        |
| 12 | Keramahan Karyawan dalam melayani pelanggan                                          | 4.50                     | 3.98                   |
| 13 | Keterampilan dan kecakapan Karyawan dalam menerima pelanggan                         | 4.47                     | 3.99                   |
| 14 | Karyawan menyediakan berbagai pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan                | 4.42                     | 3.82                   |
|    | Responsiveness (Daya Tanggap)                                                        |                          |                        |
| 15 | Kesiapan Karyawan setiap saat apabila dibutuhkan                                     | 4.37                     | 3.97                   |
| 16 | Kecepatan dan ketepatan Karyawan pada saat proses administrasi                       | 4.48                     | 3.88                   |

| No | Atribut                                                                            | Rata-rata Kepentingan | Rata –rata Kepuasan |
|----|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|---------------------|
| 17 | Kemampuan pihak kantor pos dalam menanggapi keluhan / kritik / saran dari konsumen | 4.56                  | 3.72                |
|    | Assurance (Kepastian)                                                              |                       |                     |
| 18 | Karyawan terampil dalam menangani pelanggan                                        | 4.54                  | 3.92                |
| 19 | Karyawan mampu berkomunikasi yang baik kepada pelanggan                            | 4.61                  | 3.98                |
| 20 | Kesopanan dan keramahan yang diberikan karyawan kepada pelanggan                   | 4.52                  | 4.04                |
| 21 | Pengetahuan yang dimiliki karyawan sesuai dengan bidangnya                         | 4.43                  | 3.93                |
| 22 | Jaminan kepercayaan terhadap pelayanan                                             | 4.59                  | 3.90                |
|    | Total                                                                              | 96.90                 | 86.09               |

### 4.3.3 Diagram Kartesius

Untuk menentukan perpotongan dari dua buah garis yang tegak lurus ( $\bar{X}$ ) dan ( $\bar{Y}$ ) sebagai pembagian daerah dengan rumus sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}}{K} = \frac{86.09}{22} = 3,91 \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}}{K} = \frac{96.90}{22} = 4,40$$



Gambar 4.2 Diagram Kartesius

Dari Gambar 4.2 Diagram Kartesius diatas dapat dilihat bahwa yang menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan terdapat pada kuadran I

#### 4.4 Customer Satisfaction Index (CSI)

Perhitungan CSI didapat dari nilai rata-rata tingkat kepentingan dan nilai rata-rata tingkat pelaksanaan kinerja dari masing-masing bobot. Contoh perhitungannya untuk atribut 1 sebagai berikut :

1. Rata-rata kepentingan :  $\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n} = \frac{5+5+4+5+5+5+4}{90} = 4,34$
2. WF % =  $\frac{\bar{Y}}{(\sum_{i=1}^p \bar{Y}) : \text{Responden}} = \frac{4,34}{1,08} = 4,03$
3. Rata-rata kepuasan :  $\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} = \frac{4+5+3+2+4+4}{90} = 4,01$
4. WS = WF % x  $\bar{X} = 4,03 \times 4,01 = 16,18$

Untuk hasil yang lebih jelas dapat dilihat pada tabel 4.11 di bawah ini :

Tabel 4.11 Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

| No                      | Atribut                                                            | Rata-rata Tingkat Kepentingan | WF (%) | Rata-rata Tingkat Kepuasan | WS    |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------|----------------------------|-------|
| Tangibles (Bukti Fisik) |                                                                    |                               |        |                            |       |
| 1                       | Lokasi kantor pos yang mudah dijangkau dan dekat dengan pusat kota | 4.34                          | 4.03   | 4.01                       | 16.18 |
| 2                       | Penataan interior dan eksterior kantor pos yang menarik            | 3.91                          | 3,63   | 3.71                       | 13.48 |
| 3                       | Parkiran motor / mobil di kantor pos yang luas                     | 4.29                          | 3.98   | 3.92                       | 15.62 |
| 4                       | Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan bangunan kantor pos           | 4.36                          | 4.04   | 3.87                       | 15.64 |
| 5                       | Fasilitas kantor pos yang memadai                                  | 4.34                          | 4.03   | 3.83                       | 15.46 |
| 6                       | Penampilan pegawai kantor pos yang rapi dan menarik                | 4.31                          | 4.00   | 3.94                       | 15.79 |
| 7                       | Empathy (Empati)                                                   | 4.38                          | 4.06   | 4.07                       | 16.53 |

| No | Atribut                                                                                                                                                       | Rata-rata Tingkat Kepentingan | WF (%) | Rata-rata Tingkat Kepuasan | WS    |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------|----------------------------|-------|
| 8  | Para Karyawan yang selalu memberikan senyum dan sapa kepada pelanggan<br>Para Karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial pelanggan | 4.44                          | 4.12   | 4.02                       | 16.60 |
| 9  | Karyawan memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan                                                                                              | 4.26                          | 3.95   | 3.79                       | 14.97 |
| 10 | Para Karyawan mampu memahami akan kebutuhan ataupun keluhan konsumen                                                                                          | 4.36                          | 4.04   | 3.88                       | 15.68 |
| 11 | Kesungguhan para Karyawan dalam memberikan pelayanan                                                                                                          | 4.42                          | 4.10   | 3.91                       | 16.06 |
| 12 | Reliability (Kehandalan)<br>Keramahan Karyawan dalam melayani pelanggan                                                                                       | 4.50                          | 4.17   | 3.98                       | 16.62 |
| 13 | Keterampilan dan kecakapan Karyawan dalam menerima pelanggan                                                                                                  | 4.47                          | 4.14   | 3.99                       | 16.54 |
| 14 | Karyawan menyediakan berbagai pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan<br>Responsiveness (Daya Tanggap)                                                        | 4.42                          | 4.10   | 3.82                       | 15.69 |
| 15 | Kesiapan Karyawan setiap saat apabila dibutuhkan                                                                                                              | 4.37                          | 4.05   | 3.97                       | 16.08 |
| 16 | Kecepatan dan ketepatan Karyawan pada saat proses administrasi                                                                                                | 4.48                          | 4.15   | 3.88                       | 16.12 |
| 17 | Kemampuan pihak kantor pos dalam menanggapi keluhan / kritik / saran dari konsumen<br>Assurance (Kepastian)                                                   | 4.56                          | 4.23   | 3.72                       | 15.74 |
| 18 | Karyawan terampil dalam menangani pelanggan                                                                                                                   | 4.54                          | 4.22   | 3.92                       | 16.55 |
| 19 | Karyawan mampu berkomunikasi yang baik kepada pelanggan                                                                                                       | 4.61                          | 4.28   | 3.98                       | 17.03 |
| 20 | Kesopanan dan keramahan yang diberikan karyawan kepada pelanggan                                                                                              | 4.52                          | 4.20   | 4.04                       | 16.98 |



| No | Atribut                                                    | Rata-rata Tingkat Kepentingan | WF (%) | Rata-rata Tingkat Kepuasan | WS    |
|----|------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------|----------------------------|-------|
| 21 | Pengetahuan yang dimiliki karyawan sesuai dengan bidangnya | 4.43                          | 4.11   | 3.93                       | 16.19 |
| 22 | Jaminan kepercayaan terhadap pelayanan                     | 4.59                          | 4.26   | 3.90                       | 16.62 |

$$\begin{aligned}
 \text{Indeks Kepuasan Pelanggan} &= (\text{Total WS} : \text{skala maksimum}) \times 100\% \\
 &= (352.29 : 5) \times 100\% \\
 &= 70.45 \%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan dari hasil tabel perhitungan yang telah dilakukan menggunakan CSI dapat diketahui bahwa indeks kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Kantor Pos *Processing Center* Yogyakarta sebesar 70.45 % pada rentang skala 0,66 sampai dengan 0,80 . Dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan disana secara umum berada pada kategori puas yang berarti masih ada satu lagi tingkatan yaitu rentang 0.81 sampai dengan 1.00 yang artinya sangat puas, maka dari itu tingkat pelayanan dari Kantor Pos lebih ditingkatkan lagi.

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### 5.1 Analisis Data Hasil Kuisisioner

##### 5.1.1 Uji Kecukupan Data

Berdasarkan Uji Kecukupan data dengan menggunakan tingkat kepercayaan 90 % dan sampling error 10% = 0,1 , didapat hasil jumlah sampel minimal kuisisioner yang disebar yaitu 68 data. Tetapi pada penelitian ini menggunakan data sebanyak 90 data yang berarti telah memenuhi batas minimal data yaitu 68 data.

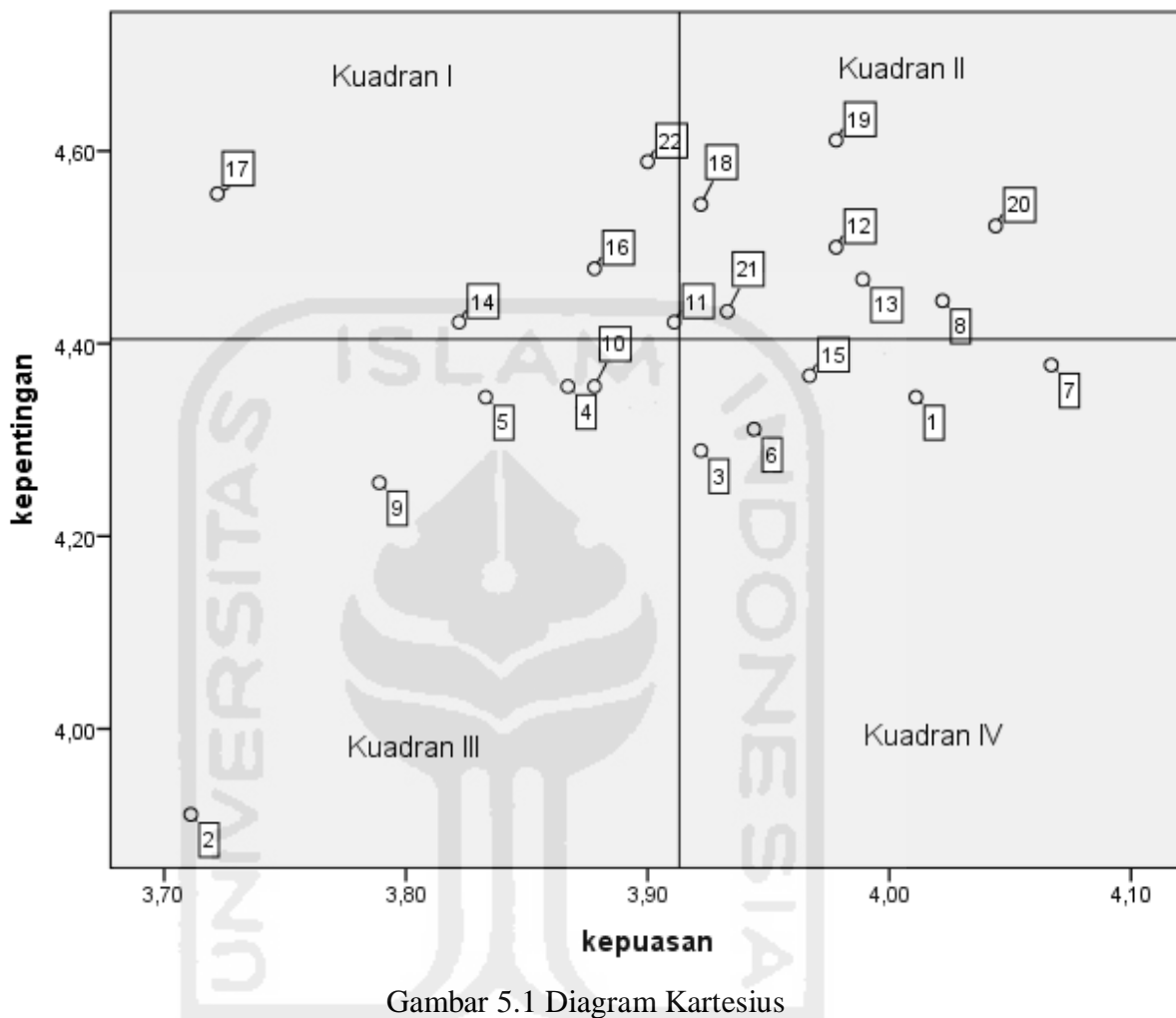
##### 5.1.2 Uji Validitas

Pada perhitungan Uji validitas ini menggunakan bantuan program aplikasi SPSS versi 16.0 dengan melihat *Corrected Item-Total Correlation*, hasil dari pengujian yang didapatkan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada nilai  $r_{tabel}$  untuk semua atribut . Misalnya sebagai contoh pada atribut 1 pada data kepuasan nilai  $r_{hitung}$  0,430 lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  0,207 sehingga ini berarti atribut-atribut yang terdapat pada kuisisioner semuanya telah dinyatakan valid atau sah dan kuisisioner tersebut dapat digunakan untuk tahap pengujian berikutnya

##### 5.1.3 Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas yang telah dilakukan menggunakan bantuan program aplikasi SPSS versi 16.0 dengan melihat nilai dari *Cronbach's Alpha* yang didapatkan yaitu 0,760 untuk nilai kepentingan dan nilai kepuasan . Nilai kedua *Cronbach's Alpha* dinyatakan reliabel karena kedua nilai koefisien reliabilitas  $\geq 0,6$  . Dan bisa dipakai untuk pengujian dengan metode *Importance and Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*.

## 5.2 Analisis *Importance and Performance Analysis (IPA)*



Gambar 5.1 Diagram Kartesius

### 5.2.1 Kuadran I

Kuadran I adalah Prioritas Utama dimana atribut-atribut yang di plotting ke dalam kuadran ini harus mendapatkan perhatian lebih atau harus diperbaiki. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasakan ketidakpuasan terhadap atribut atau dimensi layanan yang telah diberikan, sehingga perlu adanya perbaikan pada atribut tersebut perlu diprioritaskan. Atribut-atribut tersebut antara lain atribut pertanyaan nomor 11, atribut pertanyaan nomor 14, atribut pertanyaan nomor 16, atribut pertanyaan nomor 17 dan atribut pertanyaan nomor 22. Karena atribut tersebut dianggap sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena menunjukkan unsur jasa pokok namun dari pihak perusahaan belum melaksanakannya sesuai

harapan dari para konsumen, sehingga pelanggan kecewa/kurang puas . Sebaiknya dari pihak kantor pos secepatnya melakukan perbaikan pada atribut atribut pada kuadran ini supaya pelanggan kantor pos bias merasa puas dan mengurangi rasa kecewa dari pelanggan

Tabel 5.1 Atribut-atribut kuadran 1

| <b>Kuadran 1</b> | <b>Atribut</b>                                                                 | <b>Dimensi</b>                | $\bar{X}$ | $\bar{Y}$ | <b>TK%</b> |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-----------|-----------|------------|
| 11               | Kesungguhan para karyawan dalam memberikan pelayanan                           | Empathy (Empati)              | 352       | 398       | 88.44      |
| 14               | Karyawan menyediakan berbagai pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan          | Reliability (Kehandalan)      | 344       | 398       | 86.43      |
| 16               | Kecepatan dan ketepatan karyawan pada saat proses administrasi                 | Responsiveness (Daya Tanggap) | 349       | 403       | 86.60      |
| 17               | Kemampuan pihak kantor pos dalam menanggapi keluhan/kritik/saran dari konsumen | Responsiveness (Daya Tanggap) | 335       | 410       | 81.71      |
| 22               | Jaminan kepercayaan terhadap pelayanan                                         | Assurance (Kepastian)         | 351       | 413       | 84.99      |

### 5.2.2 Kuadran II

Kuadran II adalah “Pertahankan Prestasi” dimana pada kuadran ini memiliki tingkat skor yang paling tinggi baik dari segi tingkat kepentingan pelanggan dan tingkat kinerjanya, sehingga atribut yang berada pada kuadran II dapat dikatakan aman dan harus dipertahankan kinerjanya. Atribut yang di *plotting* ke dalam kuadran ini antara lain atribut pertanyaan nomor 8,12,13,18,19,20,21 ( lebih jelasnya pada table 5.2 berikut )

Tabel 5.2 Atribut-atribut kuadran II

| <b>Kuadran 2</b> | <b>Atribut</b>                                                                       | <b>Dimensi</b>           | $\bar{X}$ | $\bar{Y}$ | <b>TK%</b> |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------|-----------|------------|
| 8                | Para Karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial pelanggan | Empathy (Empati)         | 362       | 400       | 90.50      |
| 12               | Keramahan Karyawan dalam melayani pelanggan                                          | Reliability (Kehandalan) | 358       | 405       | 88.40      |

| Kuadran<br>2 | Atribut                                                          | Dimensi                  | $\bar{X}$ | $\bar{Y}$ | TK%   |
|--------------|------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------|-----------|-------|
| 13           | Keterampilan dan kecakapan Karyawan dalam menerima pelanggan     | Reliability (Kehandalan) | 359       | 402       | 89.30 |
| 18           | Karyawan terampil dalam menangani pelanggan                      | Assurance (Kepastian)    | 353       | 409       | 86.31 |
| 19           | Karyawan mampu berkomunikasi yang baik kepada pelanggan          | Assurance (Kepastian)    | 358       | 415       | 86.27 |
| 20           | Kesopanan dan keramahan yang diberikan karyawan kepada pelanggan | Assurance (Kepastian)    | 364       | 407       | 89.43 |
| 21           | Pengetahuan yang dimiliki karyawan sesuai dengan bidangnya       | Assurance (Kepastian)    | 354       | 399       | 88.72 |

### 5.2.3 Kuadran III

Kuadran III adalah “Prioritas Rendah”, dimana atribut ini dianggap kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Bagi pihak kantor pos sebaiknya perlu dipertimbangkan lagi pada atribut ini karena atribut yang masuk pada kuadran ini dianggap kurang penting dan kurang memuaskan bagi pelanggan kantor pos. Atribut yang di *plotting* ke dalam kuadran ini antara lain atribut pertanyaan nomor 4,5,9,10 ( lebih jelasnya pada table 5.3 berikut )

Tabel 5.3 Atribut-atribut kuadran III

| Kuadran<br>3 | Atribut                                                              | Dimensi                 | $\bar{X}$ | $\bar{Y}$ | TK %  |
|--------------|----------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------|-----------|-------|
| 4            | Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan bangunan kantor pos             | Tangibles (Bukti Fisik) | 348       | 392       | 88.78 |
| 5            | Fasilitas kantor pos yang memadai                                    | Tangibles (Bukti Fisik) | 345       | 391       | 88.24 |
| 9            | Karyawan memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan     | Empathy (Empati)        | 341       | 383       | 89.03 |
| 10           | Para Karyawan mampu memahami akan kebutuhan ataupun keluhan konsumen | Empathy (Empati)        | 349       | 392       | 89.03 |

### 5.2.4 Kuadran IV

Kuadran IV adalah “Berlebihan”, ini menunjukkan bahwa atribut pada kuadran ini dinilai memiliki tingkat kepentingan yang rendah namun tingkat kinerja yang diberikan tinggi. Dianggap kurang penting tetapi pelayanan yang diberikan sangat memuaskan konsumen di kantor pos. Atribut yang di *plotting* kuadran ini antara lain atribut pertanyaan nomor 1,3,6,7,15 ( lebih jelasnya pada table 5.4 berikut )

Tabel 5.4 Atribut-atribut kuadran IV

| Kuadran<br>4 | Atribut                                                               | Dimensi                       | $\bar{X}$ | $\bar{Y}$ | TK<br>% |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-----------|-----------|---------|
| 1            | Lokasi kantor pos yang mudah dijangkau dan dekat dengan pusat kota    | Tangibles (Bukti Fisik)       | 361       | 391       | 92.33   |
| 3            | Parkiran motor / mobil di kantor pos yang luas                        | Tangibles (Bukti Fisik)       | 353       | 386       | 91.45   |
| 6            | Penampilan pegawai kantor pos yang rapi dan menarik                   | Tangibles (Bukti Fisik)       | 355       | 388       | 96.38   |
| 7            | Para Karyawan yang selalu memberikan senyum dan sapa kepada pelanggan | Empathy (Empati)              | 366       | 394       | 92.89   |
| 15           | Kesiapan Karyawan setiap saat apabila dibutuhkan                      | Responsiveness (Daya Tanggap) | 357       | 393       | 90.84   |

### 5.3 Analisis Gap

Gap yang dimaksud disini adalah selisih antara kepuasan pelanggan dengan kepentingan kantor pos. Nilai kepuasan dan kepentingan didapatkan dari nilai rata-rata setiap variabel. Berikut adalah hasil perhitungan untuk analisis gap:

Tabel 5.5 Hasil Perhitungan Analisis Gap

| Variabel | Kepuasan | Kepentingan | Gap   |
|----------|----------|-------------|-------|
| 11       | 3.91     | 4.42        | -0.51 |
| 14       | 3.83     | 4.45        | -0.62 |
| 16       | 3.87     | 4.50        | -0.63 |
| 17       | 3.72     | 4.57        | -0.85 |
| 22       | 3.90     | 4.59        | -0.69 |

Dari Tabel 5.5 terlihat bahwa selisih antara kepuasan pelanggan dan kepentingan kantor pos pada kuadran I semuanya bernilai negatif. Ini berarti kepuasan pelanggan yang diwakili kuadran I di atas semuanya masih berada di bawah tingkat kepentingan kantor pos. Sedangkan besar kecilnya skor kesenjangan dilihat dari selisih antara kepuasan pelanggan dengan tingkat kepentingan kantor pos. Semakin besar skor kesenjangan maka variabel atau dimensi tersebut tersebut semakin diprioritaskan untuk diperbaiki.

#### 5.4 Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Analisis kepuasan konsumen secara keseluruhan dilakukan dengan menghitung nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI). Nilai CSI diperoleh dengan membagi *Weighted Average* (Penjumlahan seluruh *Weighted score*) dengan skala maksimum (skala lima) yang digunakan dalam penelitian ini. Skala kepuasan konsumen yang umum dipakai dalam interpretasi indeks adalah skala 0 sampai skala 1. Berdasarkan dari hitungan indeks kepuasan pelanggan, nilai CSI Kantor Pos *Processing Center* Yogyakarta mendapatkan skor sebesar 70,45 % yang berada pada rentang 0,66 – 0,80 dengan didukung dari atribut-atribut pada kuadran II dan kuadran IV artinya kepuasan pelanggan Kantor Pos secara keseluruhan yang dilihat berdasarkan kinerja dan kepentingan atribut-atribut berada pada kriteria “puas” . Meskipun demikian dengan berkembangnya banyaknya perusahaan jasa pengiriman , maka dari itu dari pihak kantor pos harus bisa ditingkatkan lagi kinerjanya pada taraf sangat puas yang diindikasikan dengan nilai CSI yang mendekati angka 100 % itu akan jauh lebih baik, dimana pelanggan benar-benar merasakan kinerja atribut-atribut dari Kantor Pos sama dengan tingkat kepentingan yang mereka tetapkan. Berdasarkan pada hasil pengolahan dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat peneliti kemukakan beberapa perbaikan yang dilakukan pada kuadran I yaitu

1. Kemampuan pihak kantor pos dalam menanggapi keluhan/kritik/saran dari konsumen sebaiknya dari pihak Kantor pos menyediakan angket yang akan diisi secara berkala oleh para pelanggan Kantor Pos, sehingga melalui angket

tersebut dapat diketahui informasi mengenai kinerja dari karyawan Kantor Pos serta kepuasan pelanggan .

2. Jaminan kepercayaan terhadap pelayanan , sebaiknya para karyawan lebih terbuka lagi dalam memberikan informasi di awal perjanjian dengan pelanggan yaitu mengenai kemungkinan-kemungkinan yang akan diterima pelanggan apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan baik dalam mengambil barang maupun melakukan complain , sehingga pelanggan sudah paham dan tidak merasa kecewa ketika hal tersebut sewaktu-waktu terjadi.
3. Kecepatan dan ketepatan karyawan pada saat proses administrasi sebaiknya Supervisor Kantor Pos selaku pimpinan memberikan arahan dan bimbingan kepada karyawannya untuk lebih meningkatkan pelayanan yang maksimal kepada para pelanggan . Hal ini dapat dilakukan dengan mengintensifkan penyelenggaraan rapat koordinasi serta pemantauan langsung yang dilakukan secara berkala untuk mengetahui dan mengevaluasi kinerja karyawannya dengan maksimal.
4. Karyawan menyediakan berbagai pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan , sebaiknya Kantor Pos lebih memperhatikan sumber daya manusia yang berada di dalamnya agar lebih bertanggung jawab terhadap pemberian pelayanan jasa sehingga tidak terjadi kembali komplain terhadap permasalahan yang sama.Kantor Pos dapat melakukan pelatihan secara rutin bagi sumber daya manusia atau seluruh karyawan Kantor Pos. Dengan melakukan pelatihan secara rutin maka akan menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas serta akan berdampak pada peningkatan kualitas pelayanan.
5. Kesungguhan para karyawan dalam memberikan pelayanan , disarankan juga dari pihak Kantor pos untuk melakukan seleksi secara ketat dalam pemilihan karyawan baru yang nantinya akan melayani masyarakat, sehingga sumber daya manusia tersebut dapat menghasilkan kualitas pelayanan jasa Kantor pos yang unggul.



## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan pada Kantor Pos *Processing Center* Yogyakarta , maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Kantor Pos *Processing Center* Yogyakarta adalah 70,45 % Artinya pelanggan merasa “puas” atas kinerja pelayanan dari Kantor Pos.
2. Untuk peningkatan kualitas layanan Kantor Pos yang lebih optimal , pihak kantor pos harus segera memperbaiki atribut-atribut antara lain : kemampuan pihak kantor pos dalam menanggapi keluhan/kritik/saran, jaminan kepercayaan terhadap pelayanan, kecepatan dan ketepatan karyawan pada saat proses administrasi, karyawan menyediakan berbagai pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan kesungguhan para karyawan dalam memberikan pelayanan.

#### 6.2 Saran

Berdasarkan pada hasil pengolahan dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat peneliti kemukakan beberapa saran yang diharapkan berguna bagi Kantor Pos atau pihak-pihak yang bersangkutan dalam hal ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Peningkatan pelayanan segera dilakukan agar kebutuhan-kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi dengan baik.
2. Pelaksanaan upaya perbaikan harus dipantau dan dievaluasi agar kepuasan pelanggan benar-benar terpenuhi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Christvelldy, Alldicka. (2007). Analisis Perilaku Konsumen dan Implikasinya Terhadap Bauran Pemasaran pada Warung Kebun Cempaka Tantri Bogor. Skripsi. Program Studi Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Fathoni, Muhammad. (2007). Analisis Perilaku Konsumen Waroeng Taman di Kota Bogor. Skripsi. Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Ghozali, I. (2002). Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ikhwan, Ayip Muhamad. (2007). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Gumanti Café Bogor. Skripsi. Departemen Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Kombong, Elisya Nurani. (2007). Analisis Perilaku dan Kepuasan Konsumen Restoran Bakul-Bakul Bogor. Skripsi. Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Kotler, Philip. (2000). Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhallindo.
- Parasuraman and Zeithmal. (1988). Konsep dan teknik pengukuran kualitas produk jasa Kajian Bisnis dan Manajemen. Vol. 4.
- Prasesti, Widtrisari Angelia. (2008). Pengukuran Kualitas Pelayanan pada Industri *Hospitality* dengan Integrasi Metode Servqual dan QFD. Tugas Akhir. Universitas Islam Indonesia.
- Rangkuti, F. (2006). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Renata. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.Semarang.Undip
- Simamora, Bilson. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, M., dan Effendi, S. (1985). Metode Penelitian Survei. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Singarimbun, M., dan Effendi, S. (1989). Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3ES.
- Sopian, I. (2006). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dalam Hubungannya dengan Kualitas Pelayanan dan Kenaikan Harga. Skripsi. Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi Manajemen, Institut Pertanian Bogor.

- Sri Indra Maiyanti, Irmeilyana, Verawaty. (2009). *Aplied Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) to know Student Satisfaction Level of Sriwijaya University Library Services*. Jurnal : Universitas Sriwijaya
- Suharsimi, A. (1997). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2006). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, F. (2007). *Pemasaran dan Jasa*. Malang : Bayumedia Publishing.
- Uluum, Hasan Zainul. (2007). *Analisis Perilaku dan Kepuasan Konsumen Di Restoran Khas Sunda Cibiuk, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat*. Skripsi. Program Studi Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Valentina Anggri.(2011). *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Pos Express Di PT.POS INDONESIA*.Surakarta.UNS.
- Wima Y. Prasetyo, S.M. (2012). *Manajemen Pelayanan Publik Pengukuran Kualitas Pelayanan Publik*, hal 2-3.



# LAMPIRAN

Rekapan Atribut Kepentingan

| No | x1 | x2 | x3 | x4 | x5 | x6 | x7 | x8 | x9 | x10 | x11 | x12 | x13 | x14 | x15 | x16 | x17 | x18 | x19 | x20 | x21 | x22 |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 1  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   |
| 2  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   |
| 3  | 4  | 3  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   |
| 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   |
| 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 3   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   |
| 6  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   |
| 7  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 3  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   |
| 8  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   |
| 9  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   |
| 10 | 4  | 3  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   |
| 11 | 5  | 3  | 5  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   |
| 12 | 5  | 3  | 3  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   |
| 13 | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   |
| 14 | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 3  | 5  | 5  | 3   | 3   | 3   | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   |
| 15 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 3  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   |
| 16 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   |
| 17 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   |
| 18 | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 4   | 3   | 3   | 4   | 5   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   |
| 19 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 1  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   |
| 20 | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 5  | 4  | 3  | 3  | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   |
| 21 | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   |
| 22 | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   |
| 23 | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   |
| 24 | 4  | 3  | 4  | 3  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 3   | 5   |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 25 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 27 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 28 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 29 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 30 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 31 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 32 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 33 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 34 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 35 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 36 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 37 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 38 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 39 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| 40 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 41 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 42 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 44 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 46 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 47 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 48 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 49 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 51 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |







|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 12 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 13 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 14 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 15 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 16 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 18 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 19 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 1 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 20 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 21 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 23 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 24 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 |
| 25 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 28 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 29 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| 30 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 31 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 32 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 33 | 5 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 34 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 35 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 36 | 4 | 3 | 1 | 4 | 1 | 4 | 3 | 2 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 38 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 40 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 41 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 42 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 43 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 44 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 46 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 47 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 48 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 49 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 50 | 5 | 4 | 1 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 51 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 52 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 53 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 54 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 55 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 56 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 57 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 59 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 61 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 63 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 65 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 66 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 67 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 68 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 70 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 71 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 72 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 73 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 74 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 76 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 77 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 79 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 |   |
| 81 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |   |
| 82 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 83 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 84 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 85 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 |
| 86 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 87 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 88 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 |
| 89 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 90 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

Korelasi atribut kepentingan

## Correlations

|                                                       | x1                       | x2                       | x3                       | x4                       | x5                       | x6                       | x7                       | x8                       | x9                      | x10                      | x11                      | x12                      | x13                      | x14                      | x15                      | x16                      | x17                      | x18                      | x19                      | x20                      | x21                      | x22                      | total                    |
|-------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| x1 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N | 1<br>.<br>.<br>90        | ,543<br>**<br>,000<br>90 | ,339<br>**<br>,001<br>90 | ,448<br>**<br>,000<br>90 | ,397<br>**<br>,000<br>90 | ,490<br>**<br>,000<br>90 | ,315<br>**<br>,002<br>90 | ,351<br>**<br>,001<br>90 | ,250<br>*<br>,018<br>90 | ,394<br>**<br>,000<br>90 | ,229<br>*<br>,030<br>90  | ,328<br>**<br>,002<br>90 | ,289<br>**<br>,006<br>90 | ,421<br>**<br>,000<br>90 | ,316<br>**<br>,002<br>90 | ,402<br>**<br>,000<br>90 | ,324<br>**<br>,002<br>90 | ,466<br>**<br>,000<br>90 | ,378<br>**<br>,000<br>90 | ,454<br>**<br>,000<br>90 | ,474<br>**<br>,000<br>90 | ,360<br>**<br>,000<br>90 | ,580<br>**<br>,000<br>90 |
| x2 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N | ,543<br>**<br>,000<br>90 | 1<br>.<br>.<br>90        | ,460<br>**<br>,000<br>90 | ,498<br>**<br>,000<br>90 | ,440<br>**<br>,000<br>90 | ,524<br>**<br>,000<br>90 | ,269<br>*<br>,010<br>90  | ,315<br>**<br>,003<br>90 | ,148<br>.<br>,163<br>90 | ,269<br>*<br>,010<br>90  | ,121<br>.<br>,255<br>90  | ,217<br>.<br>,040<br>90  | ,192<br>.<br>,070<br>90  | ,350<br>**<br>,001<br>90 | ,263<br>*<br>,012<br>90  | ,233<br>*<br>,027<br>90  | ,227<br>*<br>,031<br>90  | ,238<br>*<br>,024<br>90  | ,239<br>*<br>,023<br>90  | ,319<br>**<br>,002<br>90 | ,359<br>**<br>,001<br>90 | ,292<br>**<br>,005<br>90 | ,490<br>**<br>,000<br>90 |
| x3 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N | ,339<br>**<br>,001<br>90 | ,460<br>**<br>,000<br>90 | 1<br>.<br>.<br>90        | ,501<br>**<br>,000<br>90 | ,486<br>**<br>,000<br>90 | ,250<br>.<br>,017<br>90  | ,255<br>.<br>,015<br>90  | ,429<br>**<br>,000<br>90 | ,167<br>.<br>,115<br>90 | ,273<br>**<br>,009<br>90 | ,312<br>**<br>,003<br>90 | ,258<br>.<br>,014<br>90  | ,385<br>**<br>,000<br>90 | ,312<br>**<br>,003<br>90 | ,256<br>.<br>,015<br>90  | ,314<br>**<br>,003<br>90 | ,298<br>**<br>,004<br>90 | ,347<br>**<br>,001<br>90 | ,386<br>**<br>,000<br>90 | ,439<br>**<br>,000<br>90 | ,374<br>**<br>,000<br>90 | ,481<br>**<br>,000<br>90 | ,532<br>**<br>,000<br>90 |
| x4 Pearson<br>Correlation<br>N                        | ,448<br>**<br>90         | ,498<br>**<br>90         | ,501<br>**<br>90         | 1<br>.<br>90             | ,575<br>**<br>90         | ,474<br>**<br>90         | ,333<br>**<br>90         | ,431<br>**<br>90         | ,350<br>**<br>90        | ,359<br>**<br>90         | ,400<br>**<br>90         | ,323<br>**<br>90         | ,507<br>**<br>90         | ,497<br>**<br>90         | ,450<br>**<br>90         | ,540<br>**<br>90         | ,362<br>**<br>90         | ,414<br>**<br>90         | ,483<br>**<br>90         | ,491<br>**<br>90         | ,472<br>**<br>90         | ,440<br>**<br>90         | ,668<br>**<br>90         |























|      |                        |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|------|------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| x20  | Pearson<br>Correlation | ,071 | ,577 | ,345 | ,569 | ,346 | ,440 | ,528 | ,379 | ,348 | ,486 | ,564 | ,524 | ,576 | ,589 | ,468 | ,579 | ,507 | ,641 | ,724 | 1    | ,677 | ,531 | ,733 |
|      | Sig. (2-<br>tailed)    | ,508 | ,000 | ,001 | ,000 | ,001 | ,000 | ,000 | ,000 | ,001 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
|      | N                      | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   |
| x21  | Pearson<br>Correlation | ,356 | ,509 | ,246 | ,484 | ,407 | ,339 | ,395 | ,317 | ,380 | ,465 | ,527 | ,434 | ,669 | ,537 | ,548 | ,581 | ,553 | ,577 | ,546 | ,677 | 1    | ,732 | ,725 |
|      | Sig. (2-<br>tailed)    | ,001 | ,000 | ,019 | ,000 | ,000 | ,001 | ,000 | ,002 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
|      | N                      | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   |
| x22  | Pearson<br>Correlation | ,302 | ,350 | ,318 | ,400 | ,508 | ,288 | ,287 | ,274 | ,328 | ,462 | ,577 | ,437 | ,614 | ,541 | ,565 | ,575 | ,507 | ,540 | ,476 | ,531 | ,732 | 1    | ,688 |
|      | Sig. (2-<br>tailed)    | ,004 | ,001 | ,002 | ,000 | ,000 | ,006 | ,006 | ,009 | ,002 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
|      | N                      | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   |
| tota | Pearson<br>Correlation | ,430 | ,689 | ,477 | ,660 | ,660 | ,670 | ,706 | ,653 | ,675 | ,718 | ,811 | ,635 | ,803 | ,820 | ,817 | ,819 | ,785 | ,793 | ,767 | ,733 | ,725 | ,688 | 1    |
|      | Sig. (2-<br>tailed)    | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
|      | N                      | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   | 90   |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Reliabilitas atribut kepentingan

**Case Processing Summary**

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid                 | 90 | 100,0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0  | ,0    |
|       | Total                 | 90 | 100,0 |

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

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,760             | 23         |





Item-Total Statistics

|     | Scale Mean if<br>Item Deleted | Scale Variance<br>if Item Deleted | Corrected Item-<br>Total Correlation | Cronbach's<br>Alpha if Item<br>Deleted |
|-----|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|
| x1  | 189,4556                      | 497,734                           | ,557                                 | ,751                                   |
| x2  | 189,8889                      | 500,797                           | ,463                                 | ,753                                   |
| x3  | 189,5111                      | 500,770                           | ,509                                 | ,753                                   |
| x4  | 189,4444                      | 494,969                           | ,649                                 | ,750                                   |
| x5  | 189,4556                      | 493,711                           | ,718                                 | ,749                                   |
| x6  | 189,4889                      | 494,949                           | ,621                                 | ,750                                   |
| x7  | 189,4222                      | 494,247                           | ,695                                 | ,749                                   |
| x8  | 189,3556                      | 492,906                           | ,778                                 | ,748                                   |
| x9  | 189,5444                      | 494,049                           | ,595                                 | ,749                                   |
| x10 | 189,4444                      | 490,092                           | ,726                                 | ,747                                   |
| x11 | 189,3778                      | 494,867                           | ,670                                 | ,750                                   |
| x12 | 189,3000                      | 495,651                           | ,671                                 | ,750                                   |
| x13 | 189,3333                      | 492,831                           | ,761                                 | ,748                                   |
| x14 | 189,3778                      | 489,474                           | ,836                                 | ,746                                   |
| x15 | 189,4333                      | 495,664                           | ,639                                 | ,750                                   |
| x16 | 189,3222                      | 494,086                           | ,721                                 | ,749                                   |
| x17 | 189,2444                      | 496,254                           | ,722                                 | ,750                                   |
| x18 | 189,2556                      | 495,541                           | ,790                                 | ,750                                   |

|       |          |         |       |      |
|-------|----------|---------|-------|------|
| x19   | 189,1889 | 493,616 | ,824  | ,748 |
| x20   | 189,2778 | 490,248 | ,844  | ,747 |
| x21   | 189,3667 | 497,381 | ,684  | ,751 |
| x22   | 189,2111 | 495,000 | ,750  | ,749 |
| total | 96,9000  | 129,439 | 1,000 | ,951 |

### Reliabilitas atribut kepuasan

#### Case Processing Summary

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid                 | 90 | 100,0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0  | ,0    |
|       | Total                 | 90 | 100,0 |

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

#### Reliability Statistics

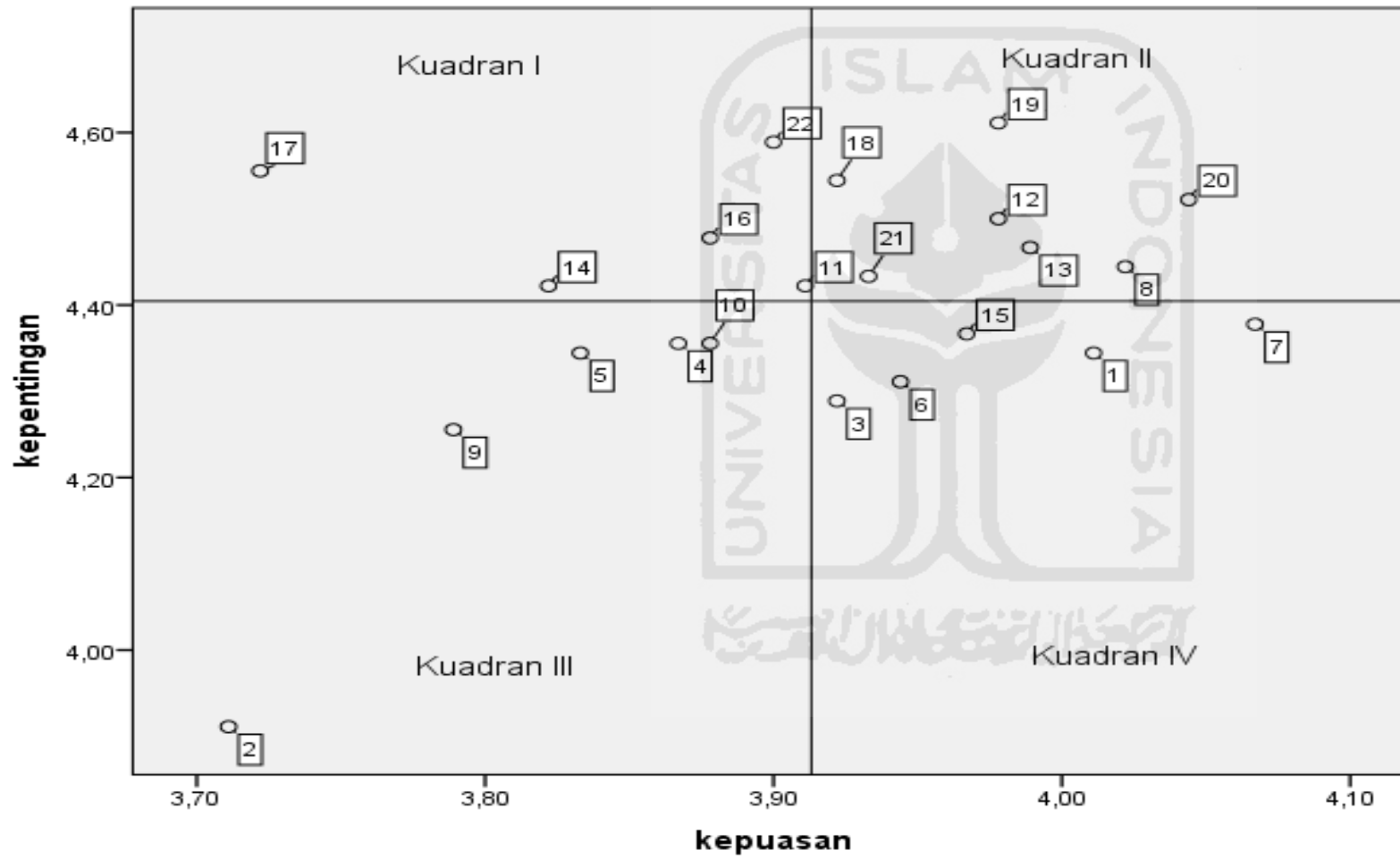
| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,760             | 23         |

#### Item-Total Statistics



|       | Scale Mean if<br>Item Deleted | Scale Variance<br>if Item Deleted | Corrected Item-<br>Total Correlation | Cronbach's<br>Alpha if Item<br>Deleted |
|-------|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|
| x1    | 168,1667                      | 545,489                           | ,401                                 | ,754                                   |
| x2    | 168,4667                      | 536,117                           | ,671                                 | ,749                                   |
| x3    | 168,2556                      | 541,833                           | ,446                                 | ,752                                   |
| x4    | 168,3111                      | 538,958                           | ,642                                 | ,750                                   |
| x5    | 168,3444                      | 537,240                           | ,640                                 | ,749                                   |
| x6    | 168,2333                      | 539,439                           | ,653                                 | ,750                                   |
| x7    | 168,1111                      | 538,010                           | ,690                                 | ,750                                   |
| x8    | 168,1556                      | 539,324                           | ,634                                 | ,750                                   |
| x9    | 168,3889                      | 536,555                           | ,656                                 | ,749                                   |
| x10   | 168,3000                      | 534,752                           | ,700                                 | ,748                                   |
| x11   | 168,2667                      | 534,445                           | ,800                                 | ,748                                   |
| x12   | 168,2000                      | 540,836                           | ,616                                 | ,751                                   |
| x13   | 168,1889                      | 536,559                           | ,793                                 | ,749                                   |
| x14   | 168,3556                      | 533,063                           | ,809                                 | ,747                                   |
| x15   | 168,2111                      | 534,932                           | ,807                                 | ,748                                   |
| x16   | 168,3000                      | 531,875                           | ,807                                 | ,746                                   |
| x17   | 168,4556                      | 530,633                           | ,770                                 | ,746                                   |
| x18   | 168,2556                      | 538,282                           | ,783                                 | ,750                                   |
| x19   | 168,2000                      | 537,465                           | ,754                                 | ,749                                   |
| x20   | 168,1333                      | 536,499                           | ,718                                 | ,749                                   |
| x21   | 168,2444                      | 537,850                           | ,710                                 | ,749                                   |
| x22   | 168,2778                      | 533,798                           | ,667                                 | ,748                                   |
| total | 86,0889                       | 140,486                           | 1,000                                | ,950                                   |

Diagram Kartesius



## DATA PENGISI KUISIONER

Berilah tanda silang ( X ) untuk jawaban anda atas pertanyaan dibawah ini :

1. Jenis Kelamin
  - a. Laki-laki      b. Perempuan
2. Tingkat Pendidikan
  - a. SMA   b. D3   c. S1   d. S2   e. S3
3. Pekerjaan
  - a. Pengusaha   b. Pegawai Negri   c. Pegawai Swasta   d. TNI/POLRI   e. Ibu Rumah Tangga
4. Jenis kebutuhan apa yang anda perlukan
  - a. Mengambil barang   b. *Complain*   c. Dan lain-lain

## PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

Dibawah ini terdapat pertanyaan-pertanyaan Bapak / Ibu dimohon untuk memilih dengan memberikan tanda silang ( X ) pada jawaban yang anda pilih pada kolom yang telah disediakan. Sesuai dengan opini anda atas pertanyaan-pertanyaan dibawah ini.

**Isilah bagian kolom KEPENTINGAN terlebih dahulu, kemudian dilanjutkan mengisi pada kolom KEPUASAN.**

Keterangan :

### KEPENTINGAN

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| Sangat Penting ( SP )        | : 5 |
| Penting ( P )                | : 4 |
| Cukup Penting ( CP )         | : 3 |
| Tidak Penting ( TP )         | : 2 |
| Sangat Tidak Penting ( STP ) | : 1 |

### KEPUASAN

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| Sangat Puas ( SP )        | : 5 |
| Puas ( P )                | : 4 |
| Cukup Puas ( CP )         | : 3 |
| Tidak Puas ( TP )         | : 2 |
| Sangat Tidak Puas ( STP ) | : 1 |

|                         |                                                                    | KEPENTINGAN |   |    |    |     | KEPUASAN |   |    |    |     |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------|---|----|----|-----|----------|---|----|----|-----|
|                         |                                                                    | SP          | P | CP | TP | STP | SP       | P | CP | TP | STP |
| Tangibles (Bukti Fisik) |                                                                    |             |   |    |    |     |          |   |    |    |     |
| 1                       | Lokasi kantor pos yang mudah dijangkau dan dekat dengan pusat kota |             |   |    |    |     |          |   |    |    |     |
| 2                       | Penataan interior dan eksterior kantor pos yang menarik            |             |   |    |    |     |          |   |    |    |     |
| 3                       | Parkiran motor / mobil di kantor pos yang luas                     |             |   |    |    |     |          |   |    |    |     |
| 4                       | Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan bangunan kantor pos           |             |   |    |    |     |          |   |    |    |     |
| 5                       | Fasilitas kantor pos yang memadai                                  |             |   |    |    |     |          |   |    |    |     |

