

## BAB IV ANALISIS DATA

### 4.1. Pendahuluan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap konsumen terhadap kualitas pelayanan PT. Dagadu Aseli Djogdja. Dalam upaya mencapai tujuan penelitian ini, maka data yang terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan model statistik yaitu analisis deskriptif dan analisis statistik. Analisis ini diperlukan untuk menguraikan data dari responden atas penyebaran kuisioner. Untuk mencapai maksud tersebut, maka terlebih dahulu akan diuraikan mengenai karakteristik responden.

### 4.2. Uji Item Pertanyaan

#### 4.2.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen indikator dari masing-masing variabel yang dapat digunakan atau mengukur variabel penelitian. Pada tingkat signifikansi 5% dan jumlah sampel sebanyak 50 orang, dari Tabel r diperoleh besarnya koefisien korelasi tabel sebesar  $r_{tabel}=0,276$ . Dengan demikian jika suatu item pertanyaan mempunyai nilai *item-total correlation* atau koefisien validitas  $>r_{tabel}=0,276$  (Hadi, 1991: 123) maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid; sebaliknya jika suatu item pertanyaan mempunyai nilai *item-total correlation* atau koefisien validitas  $\leq r_{tabel}=0,276$ , maka item

pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid atau gugur, sehingga item pertanyaan tersebut tidak layak digunakan dalam kuesioner.

**Tabel 4.1.**  
**Hasil Uji Validitas Pertanyaan Performance**

No.	Kategori	Pearson correlation	Signifikansi	Status
1	Tangibles			
	- Item 1	0,872	0,000	Valid
	- Item 2	0,838	0,000	Valid
	- Item 3	0,876	0,000	Valid
2.	Reliability			
	- Item 1	0,347	0,014	Valid
	- Item 2	0,648	0,000	Valid
	- Item 3	0,549	0,000	Valid
	- Item 4	0,535	0,000	Valid
3	Responsiveness			
	- Item 1	0,380	0,007	Valid
	- Item 2	0,309	0,029	Valid
	- Item 3	0,658	0,000	Valid
	- Item 4	0,649	0,000	Valid
4	Assurance			
	- Item 1	0,826	0,000	Valid
	- Item 2	0,794	0,000	Valid
	- Item 3	0,802	0,000	Valid
	- Item 4	0,452	0,001	Valid
5	Emphaty			
	- Item 1	0,290	0,041	Valid
	- Item 2	0,435	0,002	Valid
	- Item 3	0,364	0,009	Valid
	- Item 4	0,667	0,000	Valid

**Tabel 4.2.**  
**Hasil Uji Validitas Pertanyaan Ekpectasi**

No.	Kategori	Pearson correlation	Signifikansi	Status
1	Tangibles			
	- Item 1	0,637	0,000	Valid
	- Item 2	0,708	0,000	Valid
	- Item 3	0,586	0,000	Valid
2.	Reliability			
	- Item 1	0,669	0,000	Valid
	- Item 2	0,438	0,001	Valid
	- Item 3	0,408	0,003	Valid
	- Item 4	0,608	0,000	Valid
3	Responsiveness			
	- Item 1	0,538	0,000	Valid
	- Item 2	0,521	0,000	Valid
	- Item 3	0,499	0,000	Valid
	- Item 4	0,527	0,000	Valid
4	Assurance			
	- Item 1	0,790	0,000	Valid
	- Item 2	0,841	0,000	Valid
	- Item 3	0,815	0,000	Valid
	- Item 4	0,793	0,000	Valid
5	Emphaty			
	- Item 1	0,523	0,000	Valid
	- Item 2	0,435	0,002	Valid
	- Item 3	0,293	0,039	Valid
	- Item 4	0,451	0,001	Valid

UIN Ar-Raniry

#### 4.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk untuk menilai konsistensi dari suatu alat ukur didalam mengukur gejala yang sama atau membuat hasil-hasil yang konsisten. Dalam melakukan uji reliabilitas digunakan metode pengukuran Reliabilitas Alpha Cronbach ( $\alpha$ ) karena setiap butir pertanyaan menggunakan skala pengukuran interval.

Suatu instrument dapat dikatakan reliable/handal apabila memiliki nilai Alpha ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,60 (Nunnally dalam Zeithaml, Berry dan Parasuraman, 1996).

**Tabel 4.3.**  
**Hasil Uji Reliability**

No.	Kategori	$\alpha$	Status
1	Tangibles	0,7770	Reliable
2	Reliability	0,7110	Reliable
3	Responsiveness	0,7690	Reliable
4	Assurance	0,7407	Reliable
5	Emphaty	0,7641	Reliable

### 4.3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang didasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari responden, dimana responden membuat pernyataan dan penilaian terhadap kriteria-kriteria yang diajukan oleh penulis yang terangkum dalam daftar pertanyaan. Kemudian data yang diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan, selanjutnya dihitung persentasenya.

#### 4.3.1. Karakteristik Responden

##### 4.3.1.1. Jenis kelamin responden

**Tabel 4.4.**  
**Jenis kelamin responden**

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	94	72,3
Wanita	36	27,7
Jumlah	130	100

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 94 orang atau sebesar 72,3%, hal ini disebabkan pria lebih senang menggunakan produk yang unik dan menggunakan baju kaos sehingga membutuhkan kaos yang baik dengan memiliki keunikan.

#### 4.3.1.2. Tingkat Usia

Tabel 4.5.

#### Tingkat usia Responden

Tingkat usia	Jumlah	presentase
< 20	37	28,5
20-29	68	52,3
30-40	19	14,6
> 40	6	4,6
Jumlah	130	100

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki usia antara 20-29 tahun berjumlah 68 orang atau sebesar 52,3%, hal ini disebabkan usia antara 20-29 tahun merupakan usia yang aktif yang membutuhkan pakaian yang dapat fleksibel dimana kebanyakan merupakan para pelajar dan mahasiswa yang lebih senang dengan keunikan.

#### 4.3.1.3. Pendidikan Terakhir

**Tabel 4.6.**  
**Pendidikan Terakhir Responden**

Pendidikan Terakhir	Jumlah	presentase
SMP	12	9,2
SMA	71	54,6
D3	1	0,8
Perguruan Tinggi	43	33,1
Lain-lain	3	2,3
Jumlah	130	100

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA berjumlah 71 orang atau sebesar 54,6%, hal ini disebabkan banyak yang merupakan pelajar dan mahasiswa yang lebih memiliki kecenderungan masa remaja berupa penampilan dan keinginan berbeda dari yang lain.

#### 4.3.1.4. Jenis Pekerjaan

**Tabel 4.7.**  
**Jenis pekerjaan responden**

Jenis Pekerjaan	Jumlah	presentase
Pegawai negeri	7	5,4
Wiraswasta	12	9,2
Pegawai swasta	46	35,4
Pelajar/Mahasiswa	65	50,0
Lain-lain	-	-
Jumlah	103	100

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa berjumlah 65 orang atau sebesar 50%, hal ini disebabkan pada masa remaja lebih sering mencari jati diri dan eksistensi diri.



#### 4.3.1.5. Tingkat Pendapatan

**Tabel 4.8.**

#### **Tingkat pendapatan responden**

Tingkat Pendapatan	Jumlah	presentase
< Rp.1.000.000	53	40,8
Rp.1.001.000-Rp. 2.000.000	12	9,2
Rp.2.001.000-Rp. 3.000.000	31	23,8
> Rp. 3000.000	34	26,2
Jumlah	130	100

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki penghasilan dibawah Rp. 1.000.000 berjumlah 53 orang atau sebesar 40,8%, hal ini disebabkan yang menjadi konsumen dari PT. Dagadu Aseli Djogdja kebanyakan dari kalangan remaja yang kebanyakan masih mengharapkan kiriman dari orang tua.

#### 4.3.1.6. Tingkat Intensitas Kunjungan

**Tabel 4.9.**

##### **Tingkat intensitas kunjungan responden**

Intensitas	Jumlah	presentase
< 5 kali	93	71,5
5 kali-10 kali	27	20,8
lebih dari 10 kali	10	7,7
Jumlah	130	100

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang intensitas berkunjung kurang dari lima kali berjumlah 93 orang atau sebesar 71,5%, hal ini disebabkan konsumen mungkin membeli di outlet lain, dan banyaknya produk Dagadu yang palsu dan lebih murah.

#### 4.3.1.7. Informasi Mengenai Dagadu Aseli Djogdja

**Tabel 4.10.**

##### **Informasi mengenai Dagadu**

Informasi	Jumlah	presentase
Teman	87	66,9
Saudara	43	33,1
Promosi	-	-
Jumlah	130	100

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang mengetahui informasi dari teman berjumlah 87 orang atau sebesar 66,9%, hal ini disebabkan teman yang pernah membeli produk Dagadu Aseli Djogdja mempunyai pengalaman yang baik mengenai produk Dagadu Aseli Djogdja, sehingga mampu mempengaruhi orang lain untuk membeli produk Dagadu Aseli Djogdja.

#### **4.4. Analisis Atribut Kualitas Pelayanan**

##### **4.4.1. Customer Satisfaction Index**

Pada analisis berikut ini disajikan dengan memakai formulasi Customer Satisfaction Index (CSI) yaitu untuk mengetahui indeks kepuasan konsumen secara keseluruhan dengan membandingkan atribut dari kinerja perusahaan dengan harapan konsumen. Langkah penyusunan CSI sebagai berikut :

**Tabel 4.11**  
**Rata-rata kinerja dan harapan diambil dari lampiran D**

N o	DIMENSI	KINERJA (P)	EKSPEKTA SI (I)	(I x P)
<b>A. TANGIBLES</b>				
1	Mutu kain yang dimiliki Dagadu	2.41	3.25	7.83
2	Desain Produk yang dimiliki Dagadu	2.55	3.16	8.05
3	Kreatifitas kata-kata yang dimiliki Dagadu	2.65	3.18	8.43
	<b>Rata-rata</b>	<b>2.54</b>	<b>3.19</b>	<b>8.10</b>
<b>B. RELIABILITY</b>				
4	Pelayanan yang diberikan oleh Dagadu sudah sesuai dengan yang dijanjikan	2.41	3.17	7.64
5	Karyawan mempunyai sikap simpatik pada saat memberikan pelayanan	3.08	3.44	10.60
6	Kelengkapan dalam menyediakan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan	3.03	3.12	9.46
7	karyawan Dagadu mempunyai ketrampilan dan kecakapan	2.98	3.39	10.10
	<b>Rata-rata</b>	<b>2.87</b>	<b>3.28</b>	<b>9.41</b>
<b>C. RESPONSIVENESS</b>				
8	Karyawan Dagadu selalu sigap dalam melayani pelanggan	2.38	3.23	7.69
9	Karyawan Dagadu dengan cepat menangani keluhan pelanggan	2.82	3.04	8.58
10	Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan cepat dan tidak membuat pelanggan menunggu lama	2.61	3.18	8.30
11	Karyawan Dagadu selalu siap membantu pelanggan	2.99	3.63	10.86
	<b>Rata-rata</b>	<b>2.70</b>	<b>3.27</b>	<b>8.83</b>
<b>D. ASSURANCE</b>				
12	Karyawan Dagadu mempunyai pengetahuan yang baik	3.21	3.64	11.69
13	Karyawan selalu sopan dan ramah dalam melayani pelanggan	3.39	3.62	12.28
14	Karyawan Dagadu mampu memberikan keamanan dalam pemanfaatan produk yang digunakan	3.02	3.72	11.23
15	Karyawan mampu menanamkan kepercayaan pelanggan	3.21	3.72	11.94
	<b>Rata-rata</b>	<b>3.21</b>	<b>3.68</b>	<b>11.81</b>
<b>E. EMPHATY</b>				
16	Perhatian karyawan Dagadu	3.39	3.87	13.11
17	Kemampuan karyawan dalam melakukan komunikasi	2.68	3.76	10.08
18	Kemampuan karyawan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan	3.05	3.64	11.10
19	Pemberikan informasi sudah jelas dan tepat	3.42	3.62	12.39
	<b>Rata-rata</b>	<b>3.13</b>	<b>3.72</b>	<b>11.64</b>
	<b>jumlah</b>	<b>55.28</b>	<b>65.38</b>	<b>191.38</b>

Rumus dari CSI sendiri adalah:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^n (I_i \times P_i)}{\sum_{i=1}^n I_i \times R} \times 100\%$$

dimana:

CSI – Customer Satisfaction Index

n = Banyaknya atribut

I = Score harapan dari atribut i

P = Score kinerja dari atribut i

R = Range of scale

Sehingga dapat CSI dapat dicari:

$$CSI = \frac{191,36}{65,38 \times 4} \times 100\% = 73,17\%$$

Dari hasil perhitungan, nilai indeks kepuasan konsumen dengan input kinerja perusahaan dan harapan konsumen menunjukkan nilai kepuasan 73,17% dari total 100%.

Dari kelima dimensi, Empathy adalah dimensi yang paling diharapkan konsumen dengan rata-rata nilai (3,72), diikuti oleh dimensi Assurance (3,68), Reliability (3,28), Responsiveness (3,27), dan Tangible (3,19).

Dari kelima dimensi, Assurance adalah dimensi yang paling tinggi kinerjanya (3,21), diikuti oleh dimensi Empathy (3,13), Reliability (2,87), Responsiveness (2,70), dan Tangible (2,54).

#### 4.4.2. Analisis Diagram Katesius

Kualitas pelayanan merupakan sifat dari suatu jasa. Penelitian ini menggunakan atribut (dimensi) kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Parasuraman et al (1988), yang meliputi lima dimensi yaitu, *tangibles* (fisik, saran komunikasi, dan perlengkapan), *reliability* (pelayanan dengan segera yang memuaskan sesuai dengan yang dijanjikan), *responsiveness* (kecakapan dalam memberikan layanan), *assurance* (kemampuan dalam memberikan jaminan layanan), *empathy* (kemampuan memahami keinginan pelanggan). Kelima dimensi itu disebut *service quality*, yang merupakan suatu alat ukur terhadap kualitas pelayanan.

Dari lima dimensi tersebut dijabarkan menjadi 19 pertanyaan yang bervariasi, dimana masing-masing dimensi memiliki jumlah empat item pertanyaan kecuali pada pertanyaan *tangibles* ada 3 pertanyaan. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dirasakan (persepsi). Dengan tingkat layanan yang diharapkan. Dengan begitu akan terdapat perbedaan antara harapan dan persepsi, dengan asumsi sebagai berikut:

- Jika nilai  $ekpectasi > nilai\ performance$ , maka pelayanan kurang atau tidak berkualitas.
- Jika nilai  $ekpectasi - nilai\ performance$ , maka pelayanan berkualitas.

- Jika nilai ekpektasi < nilai performance, maka pelayanan sangat berkualitas.

Dari hasil penelitian, perbedaan antara harapan dan persepsi dapat dilihat pada tabel yang ada pada diagram kartesius dibawah ini.

**Tabel 4.12**  
**GAP Ekspektasi dan Kinerja Pada PT. Dagadu**

No	DIMENSI	KINERJA	EKSPEKTA SI	GAP
<b>A. TANGIBLES</b>				
1	Mutu kain yang dimiliki Dagadu	2.41	3.25	-0.85
2	Desain Produk yang dimiliki Dagadu	2.55	3.16	-0.61
3	Kreatifitas kata-kata yang dimiliki Dagadu	2.65	3.18	-0.53
	<b>Rata-rata</b>	<b>2.54</b>	<b>3.19</b>	<b>-0.66</b>
<b>B. RELIABILITY</b>				
4	Pelayanan yang diberikan oleh Dagadu sudah sesuai dengan yang dijanjikan	2.41	3.17	-0.77
5	Karyawan mempunyai sikap simpatik pada saat memberikan pelayanan	3.08	3.44	-0.36
6	Kelengkapan dalam menyediakan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan	3.03	3.12	-0.09
7	karyawan Dagadu mempunyai ketrampilan dan kecakapan	2.98	3.39	-0.42
	<b>Rata-rata</b>	<b>2.87</b>	<b>3.28</b>	<b>-0.41</b>
<b>C. RESPONSIVENESS</b>				
8	Karyawan Dagadu selalu sigap dalam melayani pelanggan	2.38	3.23	-0.84
9	Karyawan Dagadu dengan cepat menangani keluhan pelanggan	2.82	3.04	-0.22
10	Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan cepat dan tidak membuat pelanggan menunggu lama	2.61	3.18	-0.57
11	Karyawan Dagadu selalu siap membantu pelanggan	2.99	3.63	-0.64
	<b>Rata-rata</b>	<b>2.70</b>	<b>3.27</b>	<b>-0.57</b>
<b>D. ASSURANCE</b>				
12	Karyawan Dagadu mempunyai pengetahuan yang baik	3.21	3.64	-0.43
13	Karyawan selalu sopan dan ramah dalam melayani pelanggan	3.39	3.62	-0.23
14	Karyawan Dagadu mampu memberikan keamanan dalam pemanfaatan produk yang digunakan	3.02	3.72	-0.70
15	Karyawan mampu menanamkan kepercayaan pelanggan	3.21	3.72	-0.51
	<b>Rata-rata</b>	<b>3.21</b>	<b>3.68</b>	<b>-0.47</b>

E. EMPHATY				
16	Perhatian karyawan Dagdu	3.39	3.87	-0.49
17	Kemampuan karyawan dalam melakukan komunikasi	2.68	3.76	-1.08
18	Kemampuan karyawan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan	3.05	3.64	-0.59
19	Pemberikan informasi sudah jelas dan tepat	3.42	3.62	-0.20
	<b>Rata-rata</b>	<b>3.13</b>	<b>3.72</b>	<b>-0.59</b>
	<b>Total rata-rata</b>	<b>2,91</b>	<b>3,44</b>	<b>-0,53</b>

Dari Tabel 4.12 di atas menunjukkan masih terdapat gap antara kinerja (0,91) dan harapan konsumen (3,44) sebesar  $-0,53$ . Secara umum PT Dagadu Djogja belum bisa memberikan pelayanan seperti yang diharapkan oleh konsumen. Untuk perincian dari dimensi-dimensi pelayanan PT Aseli Dagadu Djogdja akan dijabarkan sebagai berikut:

**a. Dimensi Tangibles**

Dimensi *Tangibles* menunjukkan, kemampuan PT. Dagadu untuk memberikan produk yang baik dan terpercaya. PT. Dagadu Aseli Djogdja dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi konsumennya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,198) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (2,536). Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dagadu Aseli Djogdja dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen pada atribut *tangibles*. Gap yang paling besar terdapat pada item 1 yaitu Mutu kain yang dimiliki Dagadu sebesar  $-0,84466$ .

**b. Dimensi Reliability**

Dimensi *Reliability* menunjukkan, kemampuan PT. Dagadu untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.



Dagdu Aseli Djogdja dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi konsumennya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,28) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (2,87),. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Dagadu dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen pada atribut *Reliability*. Namun pada item kelengkapan dalam menyediakan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan hampir memberikan kepuasan karena gap hanya -0,09. Gap yang paling besar terdapat pada item 1 yaitu Pelayanan yang diberikan oleh Dagadu sudah sesuai dengan yang dijanjikan sebesar -0,76699

c. **Dimensi Responsiveness**

Dimensi *responsiveness* menunjukkan, kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. PT. Dagadu Aseli Djogdja dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi konsumennya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,27) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (2,70), Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Dagadu Aseli Djogdja dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen pada atribut *responsiveness*. Gap yang paling besar terdapat pada item 1 yaitu Karyawan Dagadu selalu sigap dalam melayani pelanggan sebesar -0,84466

**d. Dimensi Assurance**

Dimensi *Assurance* menunjukkan, pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. PT. Dagadu Aseli Djogdja dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi konsumennya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,68) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (3,21), Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Dagadu Aseli Djogdja dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen pada atribut *assurance*. Gap yang paling besar terdapat pada item 3 yaitu Pihak Karyawan Dagadu mampu memberikan keamanan dalam pemanfaatan produk yang digunakan sebesar -0,7019

**e. Dimensi Emphaty**

Dimensi *emphaty* menunjukkan, kepedulian, memberi perhatian pribadi bagi konsumen. PT. Dagadu Aseli Djogdja dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi konsumennya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,72) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (3,13), Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Dagadu Aseli Djogdja dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen pada atribut *emphaty*. Gap yang paling besar terdapat pada item 2 yaitu kemampuan karyawan dalam melakukan komunikasi sebesar -1,0777.

Selanjutnya dari hasil rata-rata kinerja dan kepentingan konsumen terhadap PT. Dagadu Aseli Djogdja dapat dilakukan analisis diagram kartesius. Analisis Diagram Kartesius bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Dagadu Aseli Djogdja. Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan melalui peningkatan pelayanan pada jasa tersebut. Langkah ini adalah menjabarkan variabel ke dalam diagram kartesius berdasarkan penilaian performance (kinerja) perusahaan dan penilaian Harapan. Sebagai sumbu X adalah Performance (Kinerja) perusahaan dan sumbu Y adalah Harapan pelanggan.

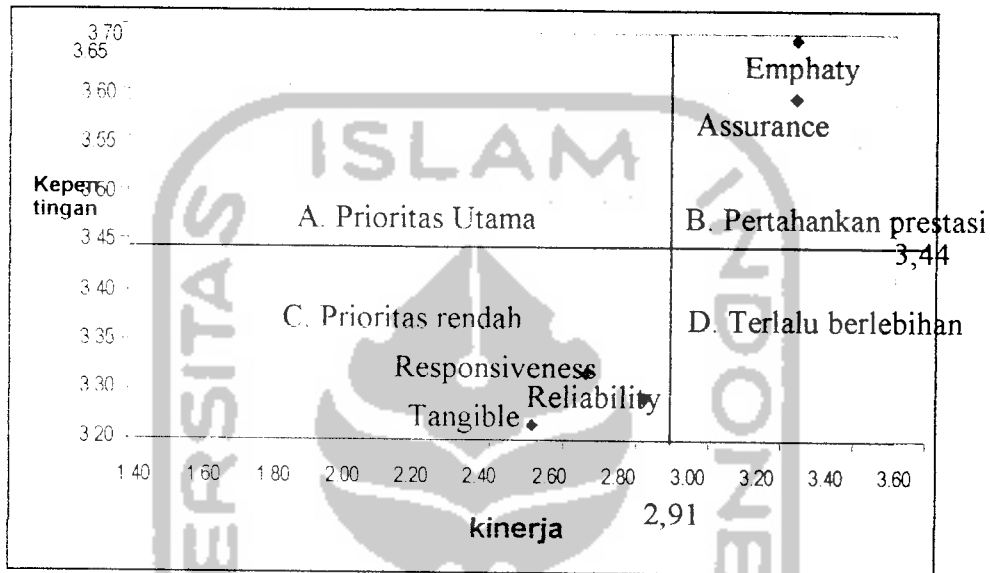
Analisis koordinat kartesius perdimensi didasarkan pada koordinat kartesius antara PT. Dagadu Aseli Djogdja terhadap kepentingan pada keseluruhan dimensi yang ada. Hasil indeks kinerja dan indek kepentingan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.13**  
**Koordinat *Importance – Performance Analisis Per Dimensi***

Dimensi	Indek Ekpectasi	Indeks Performance
Tangible	3,19	2,54
Reliability	3,28	2,87
Responsiveness	3,27	2,70
Assurance	3,68	3,21
Emphaty	3,72	3,13
Rata-rata	<b>3,44</b>	<b>2,91</b>

Sumber : Data primer diolah, 2006

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata performance sebesar 2,91 dan rata-rata nilai kepentingan adalah sebesar 3,44. Selanjutnya dari data yang diperoleh pada tabel 4.13 di atas dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut :



**Gambar 4.1**  
**Diagram Importance / Performance Matrik kualitas pelayanan pada PT. Dagadu Aseli Djogdja Per Dimensi**

Berdasarkan gambar 4.1 di atas menunjukkan beberapa dimensi berada pada kuadran yang berbeda-beda. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Variabel yang berada pada kuadran A artinya variabel ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata tetapi tingkat kepentingannya cukup tinggi. Strategi dari Variabel-variabel ini, dalam penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah

yang dinilai sangat penting oleh konsumen, sedangkan performancenya masih belum memuaskan.

Untuk kasus di atas tidak terdapat dimensi yang ada dalam kuadran A

## 2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Variabel yang masuk dalam kuadran B merupakan kekuatan perusahaan karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dengan performance yang tinggi pula. Dimensi kualitas pelayanan yang berada pada kuadran B adalah dimensi *Empathy dan Assurance*. Untuk itu strategi perusahaan harus mempertahankan kualitas pelayanan pada kedua dimensi ini karena telah dinilai baik oleh konsumen sesuai dengan harapannya.

## 3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Variabel yang berada pada kuadran C adalah variabel yang memiliki tingkat performance dan importance relatif rendah. Walaupun tingkat kepentingan konsumen rendah namun performance yang rendah dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi konsumen ketika menggunakan jasa-jasa yang ditawarkan oleh PT. Dagadu Aseli Djogdja. Dimensi yang termasuk dalam kuadran ini adalah dimensi *Responsiveness, Reliability, dan Tangibles*. Untuk itu strategi yang dilakukan Dagadu harus meningkatkan pada dimensi ini dengan cara meningkatkan kepedulian dan perhatian dan dari segi fisik produk Dagadu perlu adanya perbaikan fisik produk Dagadu.

#### 4. Kuadran D (Terlalu Berlebihan)

Variabel yang berada pada kuadran D adalah variabel yang memiliki performance yang menurut konsumen sangat baik, tetapi variabel ini memiliki tingkat kepentingan yang tidak begitu penting. Tidak terdapat dimensi yang berada pada kuadran ini.

Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi empat bagian yang dibatasi oleh dua baris yang berpotongan tegak lurus pada titik  $(\bar{X}, \bar{Y})$ , dimana :

$\bar{X}$  = Skor rata-rata seluruh faktor tingkat kinerja PT. Dagadu

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata dari seluruh faktor kepentingan konsumen

$$\bar{Y} = \frac{\sum \bar{Y}_i}{K}$$

Sehingga dapat ditentukan besarnya skor rata-rata tersebut sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{2,41+2,55+2,65+ \dots + 3,42}{19} = 2,91$$

$$\bar{Y} = \frac{3,25+3,16+3,18+ \dots + 3,62}{19} = 3,44$$

Hasil perhitungan Analisis Diagram Kartesius pada pelayanan PT. Dagadu Aseli Djogdja dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata kinerja sebesar 2,91 dan rata-rata nilai Harapan adalah sebesar 3,44. Selanjutnya angka rata-rata kinerja dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu X dan nilai rata-rata kepentingan dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu Y. Dalam menggambarkan diagram kartesius akan terbagi kedalam 4 kuadran.

1. Kuadran A

$$X < 2,91$$

$$Y > 3,44$$

2. Kuadran B

$$X > 2,91$$

$$Y > 3,44$$

3. Kuadran C

$$X < 2,91$$

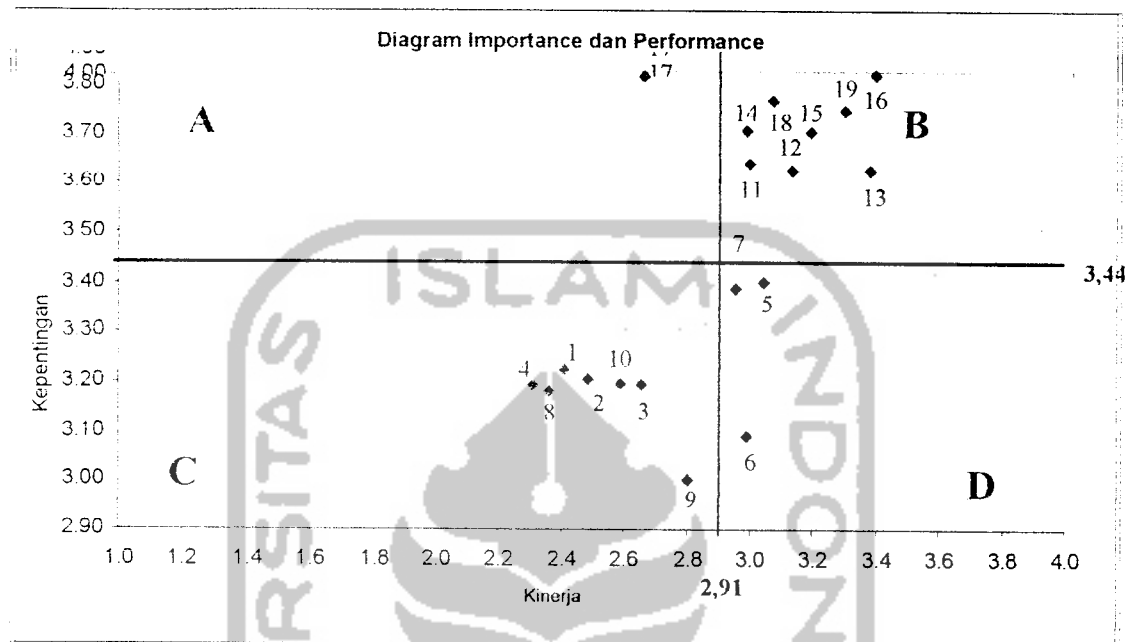
$$Y < 3,44$$

4. Kuadran D

$$X > 2,91$$

$$Y < 3,44$$

Selanjutnya dari data yang diperoleh pada tabel 4.12. Di atas dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut :



**Gambar 4.2**  
**Diagram Kartesius kualitas pelayanan pada PT. Dagadu Aseli Djogdja**

Berdasarkan gambar 4.2 di atas menunjukkan beberapa variabel berada pada kuadran yang berbeda-beda. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Kuadran A

Variabel yang berada pada kuadran A artinya variabel ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata tetapi tingkat kepentingan konsumen cukup tinggi. Variabel-variabel ini penanganannya perlu diprioritaskan oleh



perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan kinerjanya masih belum memuaskan.

Untuk kasus diatas variabel-variabel yang ada dalam kuadran A adalah :

- Variabel 17 yaitu Kemampuan karyawan dalam melakukan komunikasi kepada pelanggan.

## 2. Kuadran B

Variabel yang masuk dalam kuadran B merupakan kekuatan perusahaan karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dengan performance yang tinggi pula. Variabel-variabel yang ada dalam kuadran B ini adalah :

- Variabel 11 yaitu karyawan Dagadu selalu siap membantu pelanggan.
- Variabel 12 yaitu karyawan Dagadu mempunyai pengetahuan yang baik
- Variabel 13 yaitu karyawan selalu sopan dan ramah dalam melayani pelanggan.
- Variabel 14 yaitu PT. Dagdu Aseli Djogdja mampu memberikan keamanan yang baik dalam pemanfaatan jasa yang ditawarkan.
- Variabel 15 yaitu karyawan mampu menanamkan kepercayaan pelanggan kepada Dagdu Aseli Djogdja.
- Variabel 16 yaitu Perhatian karyawan Dagdu Aseli Djogdja.
- Variabel 18 yaitu kemampuan karyawan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.

- Variabel 19 yaitu karyawan dalam memberikan informasi sudah jelas dan tepat

### 3. Kuadran C

Variabel yang berada pada kuadran C adalah variabel yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja relatif rendah. Walaupun tingkat kepentingan konsumen rendah namun kinerja yang rendah dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi konsumen ketika menggunakan kualitas pelayanan pada Dagadu. Variabel yang ada pada kuadran ini adalah :

- Variabel 1 yaitu Mutu kain yang dimiliki Dagadu.
- Variabel 2 yaitu Desain produk yang dimiliki Dagadu.
- Variabel 3 yaitu Kreativitas kata-kata yang dimiliki Dagadu
- Variabel 4 yaitu Pelayanan yang diberikan oleh Dagadu sesuai dengan yang dijanjikan
- Variabel 8 yaitu karyawan Dagadu selalu sigap dalam melayani pelanggan
- Variabel 9 yaitu karyawan Dagadu dengan cepat menangani keluhan pelanggan
- Variabel 10 yaitu Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan cepat dan tidak membuat pelanggan menunggu lama

#### 4. Kuadran D

Variabel yang berada pada kuadran D adalah variabel yang memiliki kinerja yang menurut pelanggan sangat baik, tetapi variabel ini memiliki tingkat kepentingan yang tidak begitu tinggi. Variabel yang ada dalam kuadran ini adalah .

- Variabel 5 yaitu para karyawan mempunyai sikap simpatik pada saat memberikan pelayanan
- Variabel 6 yaitu Kelengkapan dalam menyediakan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan sudah baik
- Variabel 7 yaitu para karyawan Dagadu mempunyai keterampilan dan kecakapan

#### 4.4.3 Strategi

##### 1. Kuadran A

Dimensi yang terdapat di kuadran A tidak ada. Akan tetapi ada variabel terdapat di kuadran ini, yaitu:

- Variabel 17(emphaty) yaitu Kemampuan karyawan dalam melakukan komunikasi kepada pelanggan.

Dengan demikian strategi yang dilakukan Dagadu harus memprioritaskan pada peningkatan kinerja atau performance pada variabel ini yaitu dengan cara meningkatkan dimensi *emphaty* seperti training karyawan, selain itu peningkatan sumber daya manusia harus ditingkatkan melalui ketrampilan karyawannya sehingga karyawan memiliki kemampuan dalam melakukan komunikasi dengan para pelanggan.

## 2. Kuadran B

Terdapat dua dimensi di kuadran ini yaitu *Emphaty* dan *Assurance*.

Variabel-variabel yang terdapat di kuadran ini adalah:

- a) Variabel 11(*responsivness*) yaitu karyawan Dagadu selalu siap membantu pelanggan.
- b) Variabel 12(*assurance*) yaitu karyawan Dagadu mempunyai pengetahuan yang baik
- c) Variabel 13(*assurance*) yaitu karyawan selalu sopan dan ramah dalam melayani pelanggan.
- d) Variabel 14(*assurance*) yaitu PT. Dagdu Aseli Djogdja mampu memberikan keamanan yang baik dalam pemanfaatan jasa yang ditawarkan.
- e) Variabel 15(*assurance*) yaitu karyawan mampu menanamkan kepercayaan pelanggan kepada Dagdu Aseli Djogdja.

- f) Variabel 16(emphaty) yaitu Perhatian karyawan Dagdu Aseli Djogdja.
- g) Variabel 18(emphaty) yaitu kemampuan karyawan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- h) Variabel 19(emphaty) yaitu karyawan dalam memberikan informasi sudah jelas dan tepat

Dengan demikian strategi yang dilakukan perusahaan harus dapat mempertahankan kedelapan variabel di atas yang telah dinilai oleh pelanggan sebagai pelayanan yang memuaskan. Hal ini memang telah dilakukan oleh Dagadu, dimana perusahaan mengedepankan kecepatan dan keandalan pada karyawan yang bekerja yaitu dengan merekrut karyawan yang mayoritas telah berpendidikan sarjana dan yang masih kuliah sehingga karyawan bekerja telah memiliki kecakapan yang baik, menepati janji-janji yang diberikan dengan memberikan kualitas pelayanan yang prima, akurat dalam pelaporan. Selain itu pihak manajemen Dagadu juga telah memberikan kemudahan dalam prosedur untuk membeli produk mereka. Begitu juga dengan karyawan yang telah ditanamkan selalu bersikap sopan, ramah dan rasa kekeluargaan terjalin dengan pelanggan serta keamanan yang baik diberikan oleh Dagadu.

### 3. Kuadran C

Dimensi yang terdapat di kuadran C adalah *Responsiveness*, *Reliability*, dan *Tangibles*. Adapun variabel yang terdapat di kuadran ini adalah:

- a) Variabel 1(tangible) yaitu Mutu kain yang dimiliki Dagadu.
- b) Variabel 2(tangible) yaitu Desain produk yang dimiliki Dagadu.
- c) Variabel 3(tangible) yaitu Kreativitas kata-kata yang dimiliki Dagadu
- d) Variabel 4(reliability) yaitu Pelayanan yang diberikan oleh Dagadu sesuai dengan yang dijanjikan
- e) Variabel 8(responsiveness) yaitu karyawan Dagadu selalu sigap dalam melayani pelanggan
- f) Variabel 9(responsiveness) yaitu karyawan Dagadu dengan cepat menangani keluhan pelanggan
- g) Variabel 10(responsiveness) yaitu Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan cepat dan tidak membuat pelanggan menunggu lama

Dengan demikian strategi yang dilakukan perusahaan harus memberikan perhatian dan pengelolaan yang serius pada ketiga variabel di atas, karena ketidakpuasan konsumen pada umumnya berawal dari variabel-variabel ini. Walaupun perhatian telah diberikan kepada setiap konsumen, namun demikian pada saat-saat tertentu ketika karyawan merasa kewalahan dalam memberikan pelayanan