

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Profil Perusahaan CV.Multiguna

4.1.1.1 Sejarah Perusahaan CV.Multiguna

CV. Multiguna merupakan sebuah CV (*commanditaire vennootschap*) milik Bapak Drs. H. Dodo Supardjioto yang bergerak di bidang konveksi. CV. Multiguna beralamatkan di Jl.Damai Gg.Melati, A02, Rt.05/Rw.22, Krikilan, Sariharjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta 55581. CV. Multiguna saat ini memproduksi beraneka ragam pakaian untuk wanita muslimah seperti *dress*, *hijab*, *gamis*, *blouse* dan lain-lain.

Pada awal mula berdirinya CV.Multiguna itu sendiri pada tahun 1996. Pada saat itu CV.Multiguna hanya memproduksi kain lap majun atau kain sisa yang disambung menjadi kain lap. Pada saat itu segmentasi pasar yang dituju oleh CV.Multiguna untuk penjualan kain lap tersebut menysasar kepada bengkel-bengkel, Stasiun Kereta Api Yogyakarta, Percetakan dan lain-lain yang berhubungan dengan mesin karena kain lap tersebut bisa dipakai untuk membersihkan mesin-mesin tersebut dan pemasaran produk itu sendiri di sekitaran wilayah Yogyakarta dan sekitarnya.

Kemudian pada tahun 2005, CV.Multiguna mulai fokus memproduksi di bidang pakaian, namun juga masih memproduksi kain lap atau kain majun tetapi skala

produksi nya tidak besar karena bahan baku yang ada adalah kain utuh untuk memproduksi pakaian, sedangkan kain lap di produksi ketika ada kain sisa dari pola pemotongan pakaian. Pada saat itu dengan adanya bantuan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Yogyakarta, CV.Multiguna dibantu dengan mempromosikan *brand* serta produk mereka dengan cara memasukan produk-produk tersebut untuk ikut pameran yang digelar di pusat perbelanjaan seperti mall-mall yang ada di kota Yogyakarta.

Dengan makin meningkatnya perkembangan model-model pakaian di Indonesia, CV.Multiguna mulai dikenal oleh konsumen dan pada tahun 2010, CV.Multiguna dipercayakan untuk menjadi beberapa *supplier* brand took tetap pakaian muslimah seperti Al-Fath, Karita, An-nisa dll. Serta produk yang diproduksi oleh CV.Multiguna makin digemari oleh konsumen di kota Yogyakarta.

Dengan meningkatnya permintaan akan pakaian hasil produksi CV.Multiguna dari tahun ke tahun, CV.Multiguna memutuskan untuk memperluas jangkauan bisnis mereka dengan membuka unit cabang produksi di daerah Kulon Progo pada tahun 2012, akan tetapi produksinya tidak sebanyak di kota Yogyakarta karena melihat kondisi segmentasi pasar di daerah Kulon Progo yang belum terlalu besar.

4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

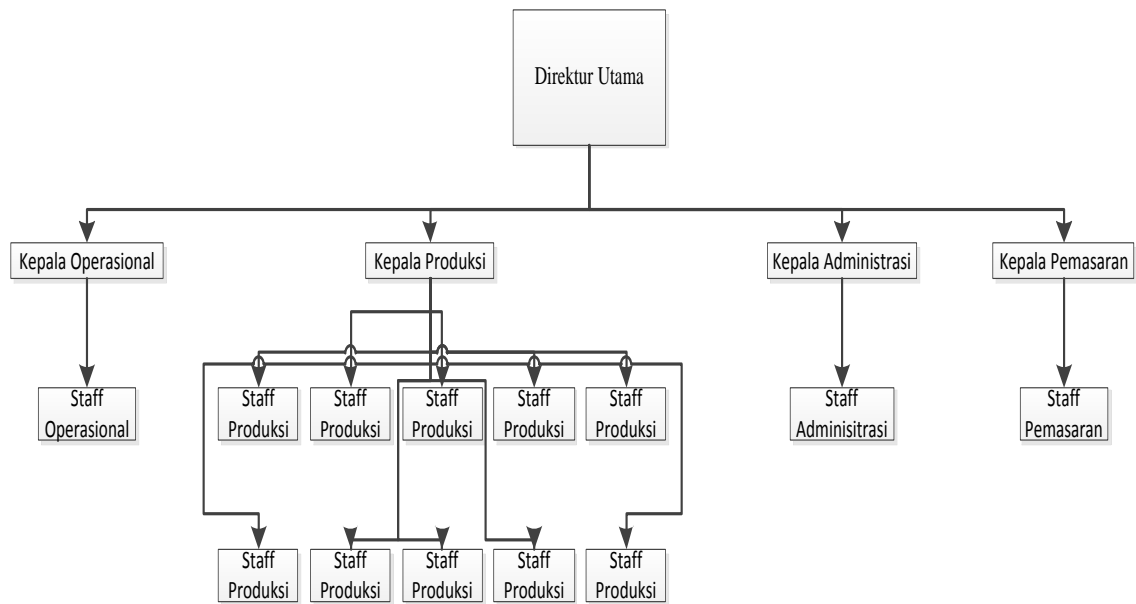
Visi :

Menjadi perusahaan konveksi yang selalu menghasilkan produk berkualitas bagi konsumen.

Misi:

1. Menciptakan produk dengan harga terjangkau dan berkualitas dengan mengutamakan kebutuhan konsumen.
2. Menciptakan Produk yang inovatif dan kreatif.
3. Selalu menjaga kepercayaan dan loyalitas konsumen.
4. Mengembangkan potensi sumber daya untuk menciptakan produk yang berkualitas.

4.1.1.3 Struktur organisasi



Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Multiguna
Sumber: CV. Multiguna (2017)

Struktur organisasi pada CV. Multiguna yang memiliki *brand Safirah Collection* ini dipimpin oleh direktur utama yang juga pemilik CV. Multiguna yaitu Drs. H. Dodo Supardjiyoto. Dibawah pimpinan direktur utama terdapat 4 bagian yaitu :

- Operasional
Bagian operasional adalah bagian yang mempunyai tugas untuk melakukan pengantaran produk dan untuk membuka *stand*.
- Produksi
Bagian produksi adalah bagian yang mempunyai tugas untuk memproduksi produk yang akan dijual seperti salah satunya adalah produk *mommy blouse*.
- Administrasi
Bagian administrasi adalah bagian yang mempunyai tugas untuk mengatur segala macam administrasi seperti administrasi keuangan dan pembukuan.
- Pemasaran
Bagian pemasaran adalah bagian yang mempunyai tugas untuk memasarkan produk dari *Safirah Collection*.

4.1.2 Data Observasi

Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data, kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner tertutup yang berarti penelitian menyediakan pertanyaan disertai dengan beberapa pilihan jawaban. Dalam mengisi kuesioner, responden cukup memilih jawaban sesuai dengan keinginan jawaban yang akan dipilih. Kuesioner ini di berikan kepada konsumen yang mengunjungi Outlet penjualan perusahaan CV.Multiguna pada waktu jam kerja buka Outlet. Responden tidak boleh memilih jawaban yang ganda pada pertanyaan yang sama.

Kuesioner pada penelitian ini disusun berdasarkan 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Berikut adalah atribut-atribut dari 5 dimensi kualitas pelayanan :

Tabel 4.1 Dimensi dan atribut kuesioner

Dimensi	Atribut
<i>Tangibels</i> (Bukti fisik)	Fasilitas tempat parkir yang memadai. Kondisi Outlet Penjualan bersih, nyaman, dan rapi. Kerapian dan Kesopanan Penampilan Karyawan Penjualan Outlet Cv.Multiguna. Label harga dan informasi pemesanan yang mudah dilihat dan dibaca. Ruangan ganti baju yang nyaman, lampu penerangan bagus dan bersih. Menyediakan tempat duduk yang nyaman. Toilet yang bersih dan nyaman.
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	Proses pelayanan penjualan konsumen yang cepat dan mudah. Kemudahan dalam memberikan informasi produk yang dijual. Karyawan memberikan informasi tata cara memakai model hijab yang menarik. Ketelitian Karyawan dalam melayani Pelanggan.
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Karyawan memperlihatkan antusiasme dalam bekerja. Kesigapan Karyawan dalam membantu Pelanggan/Konsumen. Kemampuan Karyawan dalam mengatasi pengaduan dari Konsumen.
<i>Assurance</i> (Jaminan)	Kualitas produk Pakaian yang terjamin baik dan layak jual. Kesopanan dan keramahan Karyawan terhadap pelanggan. Keamanan pada saat melakukan pembelian di Outlet Penjualan pakaian CV.Multiguna.

Dimensi	Atribut
	Kompensasi Pengembalian jika pemesanan Produk mengalami cacat produk. Pihak Outlet CV.Multiguna bertanggung jawab jika terjadi kelalaian saat melakukan pelayanan penjualan.
<i>Empathy</i> (Empati)	Memberikan pelayanan kepada konsumen tanpa memandang status. Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan konsumen. Karyawan sabar dalam memberikan pelayanan. Kemudahan dalam menghubungi Manajemen jika ada komplain dan menindaklanjuti keluhan konsumen/pelanggan.

4.1.3 Jumlah Sampel

Untuk menentukan seberapa besar sampel sebagai wakil populasi yang akan digunakan, peneliti menggunakan pedoman rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \cdot p(1 - p)}{E^2}$$

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

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

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

$$0 = 1 - 2p$$

$$-1 = -2p$$

$$p = 0,5$$

Dengan tingkat kepercayaan = 90%

Derajat ketelitian (α) = 10% = 0,1 ; $\alpha/2 = 0,05$; $Z_{\alpha/2} = 1,645$

$$n = \frac{Z^2 \cdot p(1 - p)}{E^2}$$

$$n = \frac{1,645 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 67,65 \approx 68 \text{ sampel}$$

Dari hasil penyebaran kuesioner didapatkan 70 konsumen atau $n' = 70$. $n' (70) > n (68)$, maka data dikatakan cukup.

4.2 Pengolahan Data

4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

4.2.1.1 Uji Validitas Kepentingan

a. Menentukan hipotesis

H_0 : data pertanyaan kuesioner valid

H_1 : data pertanyaan kuesioner tidak valid

b. Tingkat signifikansi

Jumlah data adalah 70, dengan derajat kebebasan(df) = n-2, jadi df = 70-2 = 68, tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ sehingga nilai $r_{table} = 0,2352$

c. Daerah kritis

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

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

d. Mencari r_{hitung}

Nilai r_{hitung} di peroleh dengan mengolah data yang didapatkan menggunakan *software* SPSS 16. Nilai r_{hitung} dapat dilihat dari hasil *output* SPSS 16 pada nilai *corrected item- total correlation*. Hasil perhitungan r_{hitung} dapat dilihat pada tabel 4.2 dibawah ini :

Tabel 4.2 Uji Validitas Kepentingan

Dimensi	Atribut	r_{hitung}	r_{table}	Status
<i>Tangibels</i> (Bukti fisik)	1. Fasilitas tempat parkir yang memadai.	0,828	0,2352	Valid
	2. Kondisi Outlet Penjualan bersih, nyaman, dan rapi.	0,775	0,2352	Valid
	3. Kerapian dan Kesopanan Penampilan Karyawan Penjualan Outlet Cv.Multiguna.	0,756	0,2352	Valid
	4. Label harga dan informasi pemesanan yang mudah dilihat dan dibaca.	0,831	0,2352	Valid
	5. Ruang ganti baju yang nyaman, lampu penerangan bagus dan bersih.	0,804	0,2352	Valid
	6. Menyediakan tempat duduk yang nyaman.	0,789	0,2352	Valid
	7.	0,547	0,2352	Valid

Dimensi	Atribut	r_{hitung}	r_{table}	Status
	Toilet yang bersih dan nyaman.			
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	8. Proses pelayanan penjualan konsumen yang cepat dan mudah.	0,837	0,2352	Valid
	9. Kemudahan dalam memberikan informasi produk yang dijual.	0,856	0,2352	Valid
	10. Karyawan memberikan informasi tata cara memakai model hijab yang menarik.	0,760	0,2352	Valid
	11. Ketelitian karyawan dalam melayani pelanggan.	0,837	0,2352	Valid
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	12. Karyawan memperlihatkan antusiasme dalam bekerja.	0,796	0,2352	Valid
	13. Kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan/konsumen.	0,866	0,2352	Valid
	14. Kemampuan karyawan dalam mengatasi pengaduan dari konsumen.	0,681	0,2352	Valid
<i>Assurance</i> (Jaminan)	15. Kualitas produk pakaian yang terjamin baik dan layak jual.	0,851	0,2352	Valid
	16. Kesopanan dan keramahan karyawan terhadap pelanggan.	0,693	0,2352	Valid
	17. Keamanan pada saat melakukan pembelian di Outlet penjualan pakaian CV.Multiguna.	0,878	0,2352	Valid
	18. Kompensasi pengembalian jika pemesanan produk mengalami cacat produk.	0,712	0,2352	Valid
	19. Pihak Outlet CV.Multiguna bertanggung jawab jika terjadi kelalaian saat melakukan pelayanan penjualan.	0,717	0,2352	Valid
<i>Empathy</i> (Empati)	20. Memberikan pelayanan kepada konsumen tanpa memandang status.	0,733	0,2352	Valid
	21. Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan konsumen.	0,733	0,2352	Valid
	22. Karyawan sabar dalam memberikan pelayanan.	0,733	0,2352	Valid
	23.	0,930	0,2352	Valid

Dimensi	Atribut	r_{hitung}	r_{table}	Status
	Kemudahan dalam menghubungi manajemen jika ada complain dan menindaklanjuti keluhan konsumen/pelanggan.			

4.2.1.2 Uji Reabilitas Kepentingan

Hasil perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan software SPSS 16.0 dapat dilihat pada nilai *cronbach's alpha*. Data dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,6. Dalam penelitian ini, nilai *cronbach's alpha* adalah 0,973 > 0,6 maka butir-butir kuesioner dinyatakan reliabel. Berikut ini adalah hasil perhitungan uji reliabilitas kepentingan dengan menggunakan software SPSS 16.0 yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	70	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.973	.975	23

Gambar 4.2 Hasil Perhitungan Reabilitas Kepentingan
Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2017

4.2.1.3 Uji Validitas Kepuasan

a. Menentukan hipotesis

H_0 : data pertanyaan kuesioner valid

H_1 : data pertanyaan kuesioner tidak valid

b. Menentukan nilai r_{table}

Tingkat signifikansi 5%

Derajat kebebasan(df) = n-2, jadi df = 70-2 = 68, maka nilai $r_{table} = 0,2352$

c. Daerah kritis

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

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

d. Mencari r_{hitung}

Nilai r_{hitung} di peroleh dengan mengolah data yang didapatkan menggunakan *software* SPSS 16. Nilai r_{hitung} dapat dilihat dari hasil *output* SPSS 16 pada nilai *corrected item- total correlation*. Hasil perhitungan r_{hitung} dapat dilihat pada tabel 4.3 dibawah ini :

Tabel 4.3 Uji Validitas Kepuasan

Dimensi	Atribut	r_{hitung}	r_{table}	Status
Tangibels (Bukti fisik)	1. Fasilitas tempat parkir yang memadai	0,525	0,2352	Valid
	2. Kondisi Outlet Penjualan bersih, nyaman dan rapi	0,582	0,2352	Valid
	3. Kerapian dan kesopanan penjualan outlet CV. Multiguna	0,587	0,2352	Valid
	4. Label harga dan informasi pemesanan yang mudah dilihat dan dibaca.	0,568	0,2352	Valid
	5. Ruangan ganti baju yang nyaman, lampu penerangan bagus dan bersih	0,590	0,2352	Valid
	6. Menyediakan tempat duduk yang nyaman	0,554	0,2352	Valid
	7. Toilet yang bersih dan nyaman	0,633	0,2352	Valid
Reliability (Kehandalan)	8. Proses pelayanan penjualan konsumen yang cepat dan mudah	0,775	0,2352	Valid

Dimensi	Atribut	r_{hitung}	r_{table}	Status
	9. Kemudahan dalam memberikan informasi produk yang dijual.	0,651	0,2352	Valid
	10. Karyawan memberikan informasi tata cara memakai model hijab yang menarik.	0,736	0,2352	Valid
	11. Ketelitian karyawan dalam melayani pelanggan.	0,633	0,2352	Valid
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	12. Karyawan memperlihatkan antusiasme dalam bekerja.	0,557	0,2352	Valid
	13. Kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan/konsumen	0,622	0,2352	Valid
	14. Kemampuan karyawan dalam mengatasi pengaduan dari konsumen.	0,587	0,2352	Valid
<i>Assurance</i> (Jaminan)	15. Kualitas produk pakaian yang terjamin baik dan layak jual.	0,637	0,2352	Valid
	16. Kesopanan dan keramahan karyawan terhadap pelanggan.	0,656	0,2352	Valid
	17. Keamanan pada saat melakukan pembelian di outlet penjualan pakaian CV. Multiguna.	0,514	0,2352	Valid
	18. Kompensasi pengembalian jika pemesanan produk mengalami cacat produk.	0,396	0,2352	Valid
	19. Pihak outlet CV. Multiguna bertanggungjawab jika terjadi kelalaian saat melakukan pelayanan penjualan.	0,523	0,2352	Valid
<i>Empathy</i> (Empati)	20. Memberikan pelayanan kepada konsumen tanpa memandang status.	0,553	0,2352	Valid
	21. Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan konsumen.	0,559	0,2352	Valid

Dimensi	Atribut	r_{hitung}	r_{table}	Status
22.	Karyawan sabar dalam memberikan dalam memberikan pelayanan.	0,610	0,2352	Valid
23.	Kemudahan dalam menghubungi manajemen jika ada komplain dan menindak lanjuti keluhan konsumen/pelanggan.	0,555	0,2352	Valid

4.2.1.4 Uji Reabilitas Kepuasan

Hasil perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan software SPSS 16.0 dapat dilihat pada nilai *cronbach's alpha*. Data dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,6. Dalam penelitian ini, nilai *cronbach's alpha* adalah 0,932 > 0,6 maka butir-butir kuesioner dinyatakan reliabel. Berikut ini adalah hasil perhitungan uji reliabilitas kepentingan dengan menggunakan *software* SPSS 16.0 yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	70	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.932	.933	23

Gambar 4.3 Hasil Perhitungan Reabilitas Kepuasan
Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2017

4.3.1 CSI (*Customer Satisfaction Index*)

Metode *Customer Satisfaction Index* adalah metode pengukuran untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas layanan jasa yang diukur. Dalam metode CSI terdapat beberapa tahapan untuk menghitungnya, langkah pertama yaitu menentukan MIS , selanjutnya membuat WF(*Weightfactor*), lalu menentukan MSS tiap atribut,

membuat WSk dan yang terakhir menghitung nilai CSI. Data perhitungan dari tahapan-tahapan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.7 dibawah ini :

Tabel 4. 4 Perhitungan Dengan Metode CSI

No	Atribut	Tingkat Kepentingan (Y)		Tingkat Kepuasan (X)		WF %	WS	CSI
		Jumlah Nilai Y	Nilai MIS	Jumlah Nilai X	Nilai MSS			
1.	Fasilitas tempat parkir yang memadai	339	4,84	295	4,21	0,0432	0,1819	
2.	Kondisi Outlet Penjualan bersih, nyaman, dan rapi.	341	4,87	317	4,53	0,0434	0,1967	
3.	Kerapian dan Kesopanan Penampilan Karyawan Penjualan Outlet Cv.Multiguna.	338	4,83	319	4,56	0,0431	0,1963	
4.	Label harga dan informasi pemesanan yang mudah dilihat dan dibaca.	340	4,86	313	4,47	0,0433	0,1938	
5.	Ruangan ganti baju yang nyaman, lampu penerangan bagus dan bersih.	341	4,87	308	4,40	0,0434	0,1911	
6.	Menyediakan tempat duduk yang nyaman.	338	4,83	306	4,37	0,0431	0,1883	86%
7.	Toilet yang bersih dan nyaman.	338	4,83	276	3,94	0,0431	0,1698	
8.	Proses pelayanan penjualan konsumen yang cepat dan mudah.	344	4,91	307	4,39	0,0438	0,1920	
9.	Kemudahan dalam memberikan informasi produk yang dijual.	337	4,81	295	4,21	0,0429	0,1808	
10.	Karyawan memberikan informasi tata cara memakai model hijab yang menarik.	341	4,87	297	4,24	0,0434	0,1843	
11.	Ketelitian Karyawan dalam melayani Pelanggan.	340	4,86	291	4,16	0,0433	0,1802	
12.	Karyawan memperlihatkan antusiasme dalam bekerja.	342	4,89	298	4,26	0,0436	0,1856	

No	Atribut	Tingkat Kepentingan (Y)		Tingkat Kepuasan (X)		WF %	WS	CSI
		Jumlah Nilai Y	Nilai MIS	Jumlah Nilai X	Nilai MSS			
13.	Kesigapan Karyawan dalam membantu Pelanggan/Konsumen.	343	4,90	293	4,19	0,0437	0,1829	
14.	Kemampuan Karyawan dalam mengatasi pengaduan dari Konsumen.	344	4,91	306	4,37	0,0438	0,1914	
15.	Kualitas produk Pakaian yang terjamin baik dan layak jual.	342	4,89	316	4,51	0,0436	0,1969	
16.	Kesopanan dan keramahan Karyawan terhadap pelanggan.	342	4,89	313	4,47	0,0436	0,1950	
17.	Keamanan pada saat melakukan pembelian di Outlet Penjualan Pakaian CV.Multiguna.	341	4,87	309	4,41	0,0434	0,1917	
18.	Kompensasi Pengembalian jika pemesanan Produk mengalami cacat produk.	343	4,90	292	4,17	0,0437	0,1823	
19.	Pihak Outlet CV.Multiguna bertanggung jawab jika terjadi kelalaian saat melakukan pelayanan penjualan.	344	4,91	288	4,11	0,0438	0,1801	
20.	Memberikan pelayanan kepada konsumen tanpa memandang status.	344	4,91	306	4,37	0,0438	0,1914	
21.	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan konsumen.	344	4,91	302	4,31	0,0438	0,1889	
22.	Karyawan sabar dalam memberikan pelayanan.	344	4,91	292	4,17	0,0438	0,1826	
23.	Kemudahan dalam menghubungi manajemen jika ada komplain dan menindaklanjuti keluhan konsumen/pelanggan.	340	4,86	283	4,04	0,0433	0,1752	
Total		7850	112,14	6922	98,89		4,2991	

- a. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) Nilai ini berasal dari rata-rata tingkat kepentingan tiap responden.

Dengan rumus :

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

$$MIS = \frac{339}{70} = 4,84$$

- b. Membuat *weight factor* (WF), bobot ini merupakan presentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

Dengan rumus :

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

$$WF = \frac{4,84}{112,14} \times 100\%$$

$$WF = 0,0432$$

- c. Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS) tiap atribut.

Dengan rumus :

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

$$MSS = \frac{295}{70} = 4,21$$

- d. Membuat *Weight Score* (WS_k) tiap variabel. Bobot ini merupakan perkalian antara WF_k dengan MSS_k.

Dengan rumus :

$$WS_1 = WF_i \times MSS_i$$

$$WS_1 = 0,0432 \times 4,21$$

$$WS_1 = 0,1819$$

- e. Menentukan *Customer Satisfaction Index* yaitu total WS dibagi skala maksimum yang digunakan, kemudian dikalikan 100%. Tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan.

Dengan rumus :

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

$$CSI = \frac{4,2991}{5} \times 100\%$$

$$CSI = 86\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat diketahui bahwa indeks kepuasan konsumen terhadap pelayanan Outlet penjualan CV.Multiguna sebesar 86%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen berada pada kategori “*Very Good*”

4.3.2 IPA (*Importance Performance Analysis*)

Importance Performance Analysis digunakan untuk mengetahui bagaimana kinerja pelayanan yang telah diberikan pihak Outlet Penjualan CV.Multiguna dan perbaikan apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi. *Importance* menggambarkan seberapa penting atribut kualitas pelayanan pada saat itu bagi konsumen dan *Performance* menggambarkan persepsi konsumen terhadap kinerja dari atribut-atribut kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Outlet Penjualan CV.Multiguna.

Setelah semua data kuesioner di rekap maka langkah selanjutnya yaitu menghitung jumlah setiap atribut serta rata-rata tiap atribut baik tingkat kepentingan maupun tingkat kepuasan. Nilai-nilai tersebut nantinya akan menggambarkan posisi tiap atribut pada diagram kartesius. Berikut adalah data perhitungan hasil kuesioner :

Gambar 4.4 Hasil Perhitungan Rata-Rata Tiap Atribut

No	Atribut	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kepuasan (X)	Rata- rata Y	Rata-rata X
1.	Fasilitas tempat parkir yang memadai.	339	295	4.84	4.21
2.	Kondisi outlet penjualan bersih, nyaman, dan rapi.	341	317	4.87	4.53
3.	Kerapian dan kesopanan penampilan karyawan penjualan outlet CV. Multiguna.	338	319	4.83	4.56
4.	Label harga dan informasi pemesanan informasi pemesanan yang mudah dilihat dan dibaca.	340	313	4.86	4.47
5.	Ruangan ganti baju yang nyaman, lampu penerangan bagus dan bersih.	341	308	4.87	4.40
6.	Menyediakan tempat duduk yang nyaman.	338	306	4.83	4.37
7.	Toilet yang bersih dan nyaman.	338	276	4.83	3.94
8.	Proses pelayanan penjualan konsumen yang cepat dan mudah.	344	307	4.91	4.39

No	Atribut	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kepuasan (X)	Rata-rata Y	Rata-rata X
9.	Kemudahan dalam memberikan informasi produk yang dijual.	337	295	4.81	4.21
10.	Karyawan memberikan informasi tatacara memakai model hijab yang menarik.	341	297	4.87	4.24
11.	Ketelitian karyawan dalam melayani pelanggan.	340	291	4.86	4.16
12.	Karyawan memperlihatkan antusiasme dalam bekerja	342	298	4.89	4.26
13.	Kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan/konsumen.	343	293	4.90	4.19
14.	Kemampuan karyawan dalam mengatasi pengaduan dari konsumen.	344	306	4.91	4.37
15.	Kualitas produk pakaian yang terjamin baik dan layak jual.	342	316	4.89	4.51
16.	Kesopanan dan keramahan karyawan terhadap pelanggan.	342	313	4.89	4.47
17.	Keamanan pada saat melakukan pembelian dioutlet penjualan pakaian CV. Multiguna.	341	309	4.87	4.41
18.	Kompensasi pengembalian jika pemesanan produk mengalami cacat produk.	343	292	4.90	4.17
19.	Pihak outlet CV. Multiguna bertanggungjawab jika terjadi kelalaian saat melakukan pelayanan penjualan.	344	288	4.91	4.11
20.	Memberikan pelayanan kepada konsumen tanpa memandang status.	344	306	4.91	4.37

No	Atribut	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kepuasan (X)	Rata-rata Y	Rata-rata X
21	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan konsumen.	344	302	4.91	4.31
22.	Karyawan sabar dalam memberikan pelayanan.	344	292	4.91	4.17
23.	Kemudahan dalam menghubungi manajemen jika ada komplain dan menindaklanjuti keluhan konsumen/pelanggan.	340	283	4.86	4.04
Total				112.14	98.89
Rata – rata				4.88	4.30

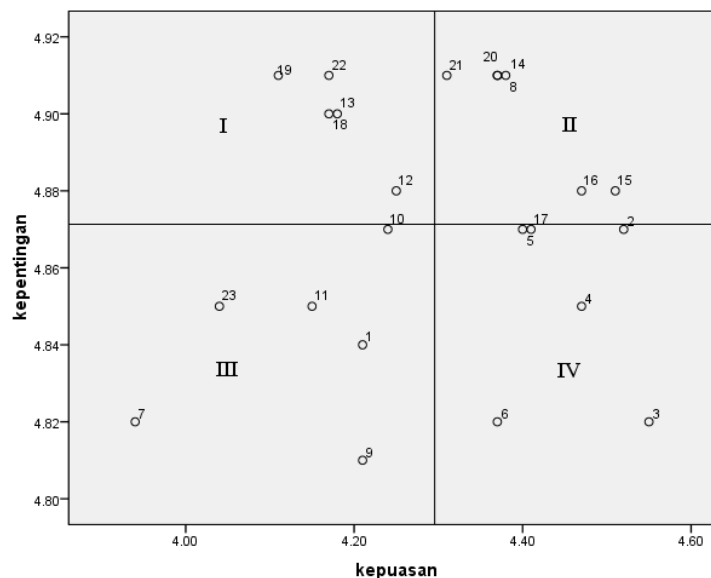
Berikut adalah contoh perhitungan :

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n} \text{ dan } \bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{n}$$

$$\bar{X}_i = \frac{295}{70} = 4.21$$

$$\bar{Y}_i = \frac{339}{70} = 4.84$$

4.3.3 Diagram Kartesius



Gambar 4.5 Diagram Kartesius
Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2017

4.3.4 Analisis Kesesuaian

Setelah mengetahui nilai tingkat kepentingan dan kepuasan serta letak atribut pada diagram kartesius, maka perlu dilakukan penentuan prioritas perbaikan pelayanan.

Penentuan prioritas perbaikan ini dapat dilihat pada tabel 4.5 dibawah ini :

Tabel 4.5 Tingkat Kesesuaian

No	Atribut	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kepuasan (X)	Tingkat Kesesuaian
1.	Fasilitas tempat parkir yang memadai.	339	295	87%
2.	Kondisi outlet Penjualan bersih, nyaman, Dan rapi.	341	317	92%
3.	Kerapian dan kesopanan penampilan karyawan penjualan Outlet CV.Multiguna.	338	319	94%
4.	Label harga dan informasi pemesanan yang mudah dilihat dan dibaca.	340	313	92%
5.	Ruangan ganti baju yang nyaman, lampu penerangan bagus dan bersih.	341	308	90%
6.	Menyediakan tempat duduk yang nyaman.	338	306	90%
7.	Toilet yang bersih dan nyaman.	338	276	81%
8.	Proses pelayanan penjualan konsumen yang cepat dan mudah.	344	307	89%
9.	Kemudahan dalam memberikan informasi produk yang dijual.	337	295	87%
10.	Karyawan memberikan informasi tata cara memakai model hijab yang menarik.	341	297	87%
11.	Ketelitian karyawan dalam melayani pelanggan.	340	291	85%
12.	Karyawan memperlihatkan antusiasme dalam bekerja.	342	298	87%
13.	Kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan/konsumen.	343	293	85%
14.	Kemampuan karyawan dalam mengatasi pengaduan dari konsumen.	344	306	88%

No	Atribut	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kepuasan (X)	Tingkat Kesesuaian
15.	Kualitas produk pakaian yang terjamin baik dan layak jual.	342	316	92%
16.	Kesopanan dan keramahan karyawan terhadap pelanggan.	342	313	91%
17.	Keamanan pada saat melakukan pembelian di Outlet penjualan pakaian CV.Multiguna.	341	309	90%
18.	Kompensasi pengembalian jika pemesanan produk mengalami cacat produk.	343	292	85%
19.	Pihak Outlet CV.Multiguna bertanggungjawab jika terjadi kelalaian saat melakukan pelayanan penjualan.	344	288	83%
20.	Memberikan pelayanan kepada konsumen tanpa memandang status.	344	306	88%
21.	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan konsumen.	344	302	87%
22.	Karyawan sabar dalam memberikan pelayanan.	344	292	84%
23.	Kemudahan dalam menghubungi Manajemen jika ada keluhan dan tindak lanjut keluhan konsumen/pelanggan.	340	283	83%
Total				2017%
Rata – rata				87%

Contoh menghitung tingkat kesesuaian :

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

$$TK_i = \frac{295}{339} \times 100\% = 87\%$$

Pada metode IPA (*Importance Performance Analysis*) terdapat perhitungan untuk menentukan urutan prioritas perbaikan layanan, diukur dengan tingkat kesesuaian. Dari hasil perhitungan Tabel diatas, yaitu antara tingkat kepentingan atribut layanan dan

tingkat kepuasan konsumen akan diambil sebuah keputusan untuk mempertahankan prestasi atau melakukan perbaikan. Batas pengambilan keputusan menggunakan tolak ukur yaitu rata-rata tingkat kesesuaian seluruh atribut layanan yaitu sebesar 87%.

Dasar dari keputusan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Bila tingkat kesesuaian (TK) < 87% maka dilakukan perbaikan/ action (A)
- b. Bila tingkat kesesuaian (TK) \geq 87% maka dilakukan usaha untuk mempertahankan prestasi/ hold (H).

Setelah mengetahui batasan pengambilan keputusan maka langkah selanjutnya adalah melakukan keputusan terhadap hasil tingkat kesesuaian yang telah didapatkan. Keputusan ini dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut :

Tabel 4.6 Tabel Keputusan Berdasarkan Tingkat Kesesuaian

No	Atribut	Tingkat Kesesuaian	Keputusan H & A
1.	Fasilitas tempat parkir yang memadai.	87%	H
2.	Kondisi outlet Penjualan bersih, nyaman, Dan rapi.	92%	H
3.	Kerapian dan kesopanan penampilan karyawan penjualan Outlet CV.Multiguna.	94%	H
4.	Label harga dan informasi pemesanan yang mudah dilihat dan dibaca.	92%	H
5.	Ruangan ganti baju yang nyaman, lampu penerangan bagus dan bersih.	90%	H
6.	Menyediakan tempat duduk yang nyaman.	90%	H
7.	Toilet yang bersih dan nyaman.	81%	A
8.	Proses pelayanan penjualan konsumen yang cepat dan mudah.	89%	H
9.	Kemudahan dalam memberikan informasi produk yang dijual.	87%	H
10.	Karyawan memberikan informasi tata cara memakai model hijab yang menarik.	87%	H

No	Atribut	Tingkat Kesesuaian	Keputusan H & A
11.	Ketelitian karyawan dalam melayani pelanggan.	85%	A
12.	Karyawan memperlihatkan antusiasme dalam bekerja.	87%	H
13.	Kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan/konsumen.	85%	A
14.	Kemampuan karyawan dalam mengatasi pengaduan dari konsumen.	88%	H
15.	Kualitas produk pakaian yang terjamin baik dan layak jual.	92%	H
16.	Kesopanan dan keramahan karyawan terhadap pelanggan.	91%	H
17.	Keamanan pada saat melakukan pembelian di Outlet penjualan pakaian CV.Multiguna.	90%	H
18.	Kompensasi pengembalian jika pemesanan produk mengalami cacat produk.	85%	A
19.	Pihak Outlet CV.Multiguna bertanggungjawab jika terjadi kelalaian saat melakukan pelayanan penjualan.	83%	A
20.	Memberikan pelayanan kepada konsumen tanpa memandang status.	88%	H
21.	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan konsumen.	87%	H
22.	Karyawan sabar dalam memberikan pelayanan.	84%	A
23.	Kemudahan dalam menghubungi manajemen jika ada komplain dan menindaklanjuti keluhan konsumen/pelanggan.	83%	A
Total		2017%	
Rata- rata		87%	

4.3.5 Analisis GAP Antara Kepuasan dan Kepentingan

Tabel 4.7 Tabel Perhitungan Nilai GAP

No	Atribut	Rata-rata Y	Rata-rata X	GAP
1.	Fasilitas tempat parker yang memadai.	4,84	4,21	-0,63

No	Atribut	Rata-rata Y	Rata-rata X	GAP
2.	Kondisi Outlet Penjualan bersih, nyaman, dan rapi.	4,87	4,53	-0,34
3.	Kerapian dan Kesopanan Penampilan Karyawan Penjualan Outlet Cv.Multiguna.	4,83	4,56	-0,27
4.	Label harga dan informasi pemesanan yang mudah dilihat dan dibaca.	4,86	4,47	-0,39
5.	Ruangan ganti baju yang nyaman, lampu penerangan bagus dan bersih.	4,87	4,40	-0,47
6.	Menyediakan tempat duduk yang nyaman.	4,83	4,37	-0,46
7.	Toilet yang bersih dan nyaman.	4,83	3,94	-0,89
8.	Proses pelayanan penjualan konsumen yang cepat dan mudah.	4,91	4,39	-0,52
9.	Kemudahan dalam memberikan informasi produk yang dijual.	4,81	4,21	-0,60
10.	Karyawan memberikan informasi tata cara memakai model hijab yang menarik.	4,87	4,24	-0,63
11.	Ketelitian Karyawan dalam melayani Pelanggan.	4,86	4,16	-0,70
12.	Karyawan memperlihatkan antusiasme dalam bekerja.	4,89	4,26	-0,63
13.	Kesigapan Karyawan dalam membantu Pelanggan/Konsumen.	4,90	4,19	-0,71
14.	Kemampuan Karyawan dalam mengatasi pengaduan dari Konsumen.	4,91	4,37	-0,54
15.	Kualitas produk Pakaian yang terjamin baik dan layak jual.	4,89	4,51	-0,38
16.	Kesopanan dan keramahan Karyawan terhadap pelanggan.	4,89	4,47	-0,42
17.	Keamanan pada saat melakukan pembelian di Outlet Penjualan Pakaian CV.Multiguna.	4,87	4,41	-0,46
18.	Kompensasi Pengembalian jika pemesanan Produk mengalami cacat produk.	4,90	4,17	-0,73
19.	Pihak Outlet CV.Multiguna bertanggung jawab jika terjadi kelalaian saat melakukan pelayanan penjualan.	4,91	4,11	-0,80
20.	Memberikan pelayanan kepada konsumen tanpa memandang status.	4,91	4,37	-0,54
21.	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan konsumen.	4,91	4,31	-0,60
22.	Karyawan sabar dalam memberikan pelayanan.	4,91	4,17	-0,74
23.	Kemudahan dalam menghubungi manajemen jika ada komplain dan menindaklanjuti keluhan konsumen/pelanggan.	4,86	4,04	-0,82

