

**INTEGRASI *SERVQUAL* (*SERVICE QUALITY*) DAN *QFD* (*QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*) DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN TERMINAL
(Studi Kasus Terminal Jombor Kab. Sleman, Yogyakarta)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Melaksanakan Tugas Akhir Pada
Program Studi Teknik Industri**



Oleh:

Nama : Muhammad Iqbal
No Mahasiswa : 11522262

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

PENGAKUAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Demi Allah, saya akui penelitian ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Jika dikemudian hari ternyata terbukti pengakuan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan hak kekayaan intelektual maka saya menerima sanksi yang telah ditetapkan oleh pihak Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 5 September 2016



Muhammad Iqbal



PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Jalan Parasamya Nomor 1 Beran, Tridadi, Sleman, Yogyakarta 55511
 Telepon (0274) 868800, Faksimilie (0274) 868800
 Website: www.bappeda.slemankab.go.id, E-mail : bappeda@slemankab.go.id

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN/PKL

Nomor : 070 / Bappeda / 012 / 2016

Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Sleman menerangkan bahwa yang tercantum dibawah ini :

Nama	: MUHAMMAD IQBAL
No Mhs/ NIM/ NIP/ NIK	: 11522262
Universitas/Akademi/Instansi	: Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
Fakultas/ Program	: Teknologi Industri
Jurusan	: Teknik Industri
Program	: S1
Alamat Rumah	: Arung Dalam Koba Bangka Tengah Babel
Judul Skripsi/ Tesis/ Karya Tulis Ilmiah	: MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN TERMINAL JOMBOR SLEMAN YOGYAKARTA DENGAN METODE SERVQUAL DAN QFD
Waktu pelaksanaan	: 30 Mei 2016 s/d 29 Agustus 2016

Telah selesai melaksanakan pengambilan data / penelitian di wilayah Kabupaten Sleman. Demikian surat ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sleman, 19 September 2016

a.n. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah

Sekretaris

u.b.

Kepala Bidang Statistik, Penelitian, dan
 Perencanaan



ERNY MARYATUN, S.IP, MT
 Pembina, IV/a
 NIP 19720411 199603 2 003

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

**INTEGRASI *SERVQUAL* (*SERVICE QUALITY*) DAN *QFD*
(*QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*) DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN TERMINAL
(Studi Kasus Terminal Jombor Sleman Yogyakarta)**



Yogyakarta, 30 September 2016

Dosen Pembimbing

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

INTEGRASI *SERVQUAL* (*SERVICE QUALITY*) DAN *QFD* (*QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*) DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN TERMINAL
(Studi Kasus Terminal Jombor Sleman Yogyakarta)

TUGAS AKHIR

Nama : Muhammad Iqbal

Nim : 11522262

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk
 Memperoleh gelar sarjana strata-1 Teknik Industri

Yogyakarta, 30 September 2016

Tim Penguji

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

Hudaya, Ir., M.M.
 Anggota 1

Rudy Firman Prakosa, ST., M.Sc.
 Anggota 2



(Handwritten signatures of the examiners)

Mengetahui,
 Ketua Progam Studi Teknik Industri
 Fakultas Teknologi Industri
 Universitas Islam Indonesia Yogyakarta



(Handwritten signature of Agusri Rochman)

Agusri Rochman S.T., M.Eng.

HALAMAN PERSEMBAHAN



Telah selesai salah satu amanah yang diberikan oleh kedua orang tua kepada saya, proses yang saya jalani tidak sebanding dengan usaha kedua orang tua yang telah membesarkan, merawat dan mengurus agar dapat meraih cita-cita.

Kepada kedua orang tua tercinta Bapak Sarmin Rejasmita dan Ibu Lestari, S.Pd yang telah mendo'akan dan memberikan kasih sayangnya. Serta seluruh keluarga besar dan sodara yang selalu memberikan semangat, teman-teman, sahabat dan semua pihak yang selalu mendukung, membantu dan selalu mendo'akan.

MOTTO

مَنْ خَرَجَ جَفِطَ بِأَلْعَمِ فَهُوَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ

“Barang siapa keluar untuk mencari Ilmu maka dia berada di jalan Allah “.

(HR. Turmudzi)

طَالِبُ الْعِلْمِ : طَالِبُ الْبِحَمَةِ ، طَالِبُ الْعِلْمِ : رُؤْنُ الْإِسْلَامِ وَيُعْطَى أَجْرُهُ مَعَ النَّبِيِّينَ

“Orang yang menuntut ilmu bearti menuntut rahmat ; orang yang menuntut ilmu bearti menjalankan rukun Islam dan Pahala yang diberikan kepada sama dengan para Nabi”.

(HR. Dailani dari Anas r.a)

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga Penulis mampu menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “Integrasi *Servqual (Service Quality)* Dan *QFD (Quality Function Deployment)* dalam upaya meningkatkan kualitas layanan terminal” dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan harapan.

Tugas Akhir ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Teknik Industri pada Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.

Keberhasilan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu dengan rasa hormat dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya Penulis sampaikan 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 Prodi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Vembri Noor Helia, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bantuan dan arahnya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Kedua orang tua yang senantiasa mendo'akan, memberikan semangat, motivasi dan kasih sayangnya.
5. Kakak dan adik saya yang telah memberikan dukungan dan do'anya.
6. Teman-teman FTI UII yang telah memberikan semangat, masukan dan motivasi dalam penyelesaian penelitian Tugas Akhir.
7. Terima kasih kepada ibu Erny Maryatun selaku Sekretaris Kepala Bidang Statistik, Penelitian, dan Perencanaan dari pemerintahan BAPEDA Kabupaten Sleman yang telah memberikan izin untuk dapat melakukan penelitian serta pengambilan data di Terminal Jombor.
8. Semua pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian Tugas Akhir yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulisan Tugas Akhir ini. Dengan segala kerendahan hati Penulis menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Saran dan kritik yang membangun dari pembaca sangat diharapkan.

Wassalamualakum.Wr. Wb

Yogyakarta, 5 September 2016

Muhammad Iqbal

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR KETERANGAN SELESAI PENELITIAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Sistematikan Penulisan	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 Kajian Induktif.....	6
2.2 Kajian Deduktif	8
2.2.1 Konsep dan Definisi kualitas Jasa/Pelayanan.....	8
2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	12
2.2.3 Karakteristik Jasa	14
2.2.4 Model <i>SERVQUAL</i> (<i>Service quality</i>).....	16
2.2.4.1 Jasa Yang Diharapkan (<i>Expected Service</i>)	22
2.2.4.2 Jasa yang Dipersepsikan (<i>Perceived service</i>)	22
2.2.5 Metode <i>SERVQUAL</i>	23
2.2.6 Kepuasan Konsumen	23
2.2.6.1 Pengertian Konsumen	23
2.2.6.2 Pengertian Kepuasan Konsumen	24
2.2.6.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	26
2.2.7 Diagram Kartesius	27
2.2.8 <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	29
2.2.8.1 Tahapan – tahapan QFD	29
2.2.8.2 <i>House of Quality (HOQ)</i>	30
2.2.9 Penyusunan Skala	32
2.2.10 Pengambilan <i>Sample (Sampling)</i>	34
2.2.10.1 Pengertian	34
2.2.10.2 Tujuan Pengambilan Sampel	35
2.2.10.3 Cara-cara <i>sampling</i>	35
2.2.11 <i>Validitas dan Reliabilitas</i>	36
2.2.11.1 <i>Validitas</i>	36
2.2.11.2 <i>Reabilitas</i>	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Pendahuluan.....	37
3.2 Objek penelitian.....	37
3.3 Identifikasi Masalah.....	37
3.4 Perumusan Masalah	38
3.5 Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian	38
3.6 Pengumpulan data.....	39
3.6.1 Data Primer	39
3.6.2 Data sekunder	39
3.7 Metode Analisis	43
3.8 Pengambilan sampel	44
3.8.1 Teknik Pengambilan Sampel	44
3.8.2 Penentuan jumlah sampel	44
3.9 Pengujian Alat Ukur	45
3.9.1 Uji <i>Validitas</i>	45
3.9.2 Uji <i>Realibilitas</i>	45
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	47
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	47
4.1.2 Profil Terminal Jombor.....	47
4.1.3 Visi dan Misi.....	48
4.1.3.1 Visi	48
4.1.3.2 Misi	49
4.2 Menentukan Atribut Penelitian.....	50
4.2.1 Penyusunan Kuesioner <i>Servqual</i>	51
4.3 Pengumpulan dan Pengolahan Data	52
4.3.1 Hasil Penyebaran Kuesioner.....	52
4.3.2 Profil Responden.....	53
4.3.3 Perhitungan Skor <i>Ekspektasi</i> Masyarakat.....	55
4.3.4 Perhitungan Skor Kinerja.....	57
4.3.5 Uji <i>Validitas</i> dan <i>Reabilitas</i>	59
4.3.5.1 Uji <i>Validitas Ekspektasi</i>	59
4.3.5.2 Uji <i>Reabilitas Ekspektasi</i>	61
4.3.5.3 Uji <i>Validitas</i> Kinerja.....	62
4.3.5.4 Uji <i>Reabilitas</i> Kinerja	64
4.4 Pengolahan Data Dengan <i>Servqual</i>	64
4.4.1 Perhitungan Nilai <i>Servqual</i>	64
4.5 Perhitungan Nilai <i>Servqual</i>	66
4.6 Pembuatan <i>House Of Quality (HOQ)</i>	68
4.6.1 Pembuatan Matriks Informasi Pelanggan.....	69
4.6.1.1 Penentuan atribut Keinginan pelanggan (<i>Voice Of Costumer</i>).....	69
4.6.2 Penentuan Prioritas Atribut Keinginan Masyarakat berdasarkan Tingkat Kepentingan (<i>Level of Importance</i>)	70
4.6.3 Menentukan Tingkat Kepuasan (<i>Customer Competitive Evaluation</i>).....	72
4.6.3.1 Kriteria Pembandingan	74
4.6.4 Menentukan Prioritas Atribut Keinginan Pelanggan Berdasarkan Nilai <i>Row</i> <i>Weight</i>	74
4.6.4.1 Menentukan Tujuan (<i>goal</i>) dan <i>Sales Point</i>	74
4.6.4.2 Menghitung <i>Improvement Ratio</i>	76
4.6.4.3 Menghitung <i>Row Weight</i>	77

4.6.5 Pembuatan matriks informasi teknisal	79
4.6.5.1 Menentukan Respon Teknikal (<i>Technical response</i>).....	79
4.6.5.2 Menentukan Hubungan Antara Respon Teknikal dan Keinginan Pelanggan (<i>Relation Matrix</i>)	80
4.6.5.2 Menentukan Korelasi Teknikal (<i>technical correlation</i>)	86
4.6.5.3 Menghitung Bobot Persyaratan Teknikal	88
BAB V PEMBAHASAN	89
5.1 Analisa <i>House Of Quality</i>	89
5.1.1 Analisa Matriks Informasi Konsumen	89
5.1.1.1 Analisa Matriks Informasi <i>horizontal</i>	89
5.1.1.1.1 Analisa Prioritas Atribut Keinginan Pelanggan Berdasarkan <i>Level Of Importance</i>	89
5.1.1.1.2 Analisa Prioritas Atribut Keinginan Pelanggan Berdasarkan <i>Row Weight</i>	91
5.1.1.1.3 Analisa Tingkat Kepuasan (<i>Customer Competitive Evaluation</i>).....	92
5.1.1.2 Analisa Matriks Informasi Teknikal	92
BAB VI KESIMPULAN	95
6.1 Kesimpulan	95
6.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3.1 Contoh Tabel Frekuensi Untuk Satu Pertanyaan.....	43
Tabel 3.2 Tingkat keandalan Cronbach's Alpha	46
Tabel 4.2 Rekapitulasi Kuesioner	52
Tabel 4.3 Tingkat Ekspektasi Terhadap Pelayanan	56
Tabel 4.4 Tingkat Kinerja Terhadap Pelayanan	58
Tabel 4.5 Uji Validasi Ekspektasi.....	59
Tabel 4.6 Uji Validasi Tingkat Kinerja	62
Tabel 4.7 Perhitungan nilai <i>servqual</i>	65
Tabel 4.8 Dimensi <i>Servqual</i>	67
Tabel 4.9 Prioritas atribut keinginan pelanggan berdasarkan tingkat kepentingan	68
Tabel 4.10 Tabel <i>Customer Competitive Evaluation</i>	70
Tabel 4.11 <i>Goal</i> dan <i>sales point</i>	73
Tabel 4.12 <i>Improvement ratio</i>	75
Tabel 4.13 <i>Row Weight</i>	77
Tabel 4.14 Persyaratan Teknis.....	78
Tabel 4.15 Hubungan respon teknis dan kebutuhan pelanggan	79
Tabel 4.16 Korelasi Respon Teknis.....	86
Tabel 4.17 Bobot Respon Teknis	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model <i>Servqual</i>	18
Gambar 2.2 <i>Extended service quality</i>	21
Gambar 2.3 Konsep keputusan konsumen.....	25
Gambar 2.4 <i>Model House Of Quality (HOQ)</i>	29
Gambar 3.1 Langkah Penelitian.....	41
Gambar 4.1 Struktur organisasi terminal Jombor.....	48
Gambar 4.2 Grafik rekapitulasi profil masyarakat berdasarkan jenis kelamin.....	50
Gambar 4.3 Grafik rekapitulasi profil masyarakat berdasarkan umur.....	51
Gambar 4.4 Grafik rekapitulasi profil masyarakat berdasarkan pekerjaan.....	52
Gambar 4.5 Grafik rekapitulasi profil masyarakat berdasarkan Tujuan.....	52
Gambar 4.6 HOQ.....	83
Gambar 4.7 HOQ (Lanjutan).....	84
Gambar 4.8 Korelasi respon teknis.....	87

ABSTRAK

Setiap orang menghabiskan sebagian pendapatan mereka lebih banyak untuk jasa perjalanan, restoran dan jasa hiburan untuk menyempurnakan kualitas hidup mereka. Salah satu moda transportasi untuk perjalanan pada umumnya adalah bus dan tempat pemberhentian adalah terminal. Pada penelitian ini akan dibahas mengenai karakteristik seperti apa yang diinginkan responden serta upaya apa yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di terminal Jombor Kabupaten Sleman Yogyakarta. Tahapan penelitian ini di mulai dengan langkah berikut, yang pertama adalah mengidentifikasi atribut pelayanan yang diinginkan oleh konsumen, langkah ini dilakukan dengan menggunakan metode Service Quality (SERVQUAL), dan hasil tersebut nantinya akan diintegrasikan dengan metode Quality Function Deployment (QFD) yaitu, untuk memberikan usulan perbaikan kualitas layanan. Penelitian ini menghasilkan 18 atribut yang diinginkan oleh konsumen pada pelayanan di Terminal Jombor. Terdapat 12 atribut pelayanan dari perhitungan Servqual yang kemudian di prioritaskan karena memiliki nilai negatif dan dimasukkan sebagai Customer Need HOQ. Kemudian dari analisa HOQ tersebut didapatkan atribut-atribut yang akan diprioritaskan untuk usulan peningkatan kualitas layanan terminal Jombor.

Kata Kunci : Atribut, Kualita, Pelayanan, SERVQUAL, QFD

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi, masyarakat sangat membutuhkan alat untuk mempermudah aktifitasnya dalam sehari – hari, terutama teknologi transportasi yang sampai sekarang terus berkembang, dan masyarakat semakin lama setiap harinya bertambah aktifitasnya yang harus menempuh jarak dekat maupun jauh, sehingga masyarakat sangat membutuhkan sarana transportasi yang cepat, nyaman, dan aman. Jika masyarakat mempunyai sarana transportasi pribadi sendiri bisa mendapatkan kenyamanan, aman, lebih cepat. Jika masyarakat tidak mempunyai sarana transportasi pribadi harus memakai transportasi umum tetapi harus yang nyaman, aman, dan cepat sampai tujuan. Dalam pengertian lain transportasi diartikan sebagai usaha pemindahan atau pergerakan dari suatu lokasi ke lokasi yang lainnya dengan menggunakan suatu alat tertentu. Dengan demikian maka transportasi memiliki dimensi seperti lokasi (asal dan tujuan), alat (teknologi) dan keperluan tertentu (Miro,1997). Sistem transportasi selalu berhubungan dengan kedua dimensi tersebut, jika salah satu dari ketiga dimensi tersebut tidak ada maka bukanlah termasuk transportasi. Dijelaskan lebih lanjut Sistem transportasi merupakan suatu satuan dari elemen-elemen yang saling mendukung dalam pengadaan transportasi (Morlok,1995).

Dalam hal ini terminal merupakan tempat pemberhentian kendaraan umum yang pada umumnya harus memiliki infrastruktur dan layanan yang memadai seperti lahan parkir, ruang tunggu dan sebagainya. Salah satu permasalahan transportasi yang sangat luas pengaruhnya di Yogyakarta ini yaitu mengenai transportasi publik, baik sarana maupun prasarana, di antaranya adalah terminal. Direktorat Jenderal Perhubungan Darat

Tahun 2015 menyatakan ketentuan umum, bahwa terminal adalah pangkalan kendaraan bermotor umum yang digunakan untuk mengatur kedatangan dan keberangkatan, menaikkan dan menurunkan orang dan/atau barang, serta perpindahan moda angkutan. Kabupaten Sleman sebagai pintu gerbang DIY khususnya dari utara, saat ini mempunyai Terminal Jombor yang menjadi tempat transit bus-bus yang melintasi Sleman, yang meliputi bus Antar Kota Antar Propinsi (AKAP), bus Antar Kota Dalam Propinsi (AKDP), Angkutan Perkotaan, Angkutan Pedesaan dan Trans Jogja. Namun ada beberapa terminal di Yogyakarta salah satunya terminal Jombor memiliki beberapa permasalahan. Permasalahan pertama adalah tidak adanya area parkir pengunjung yang datang untuk mengantar ataupun menjemput penumpang bus, sehingga pengunjung memarkirkan kendaraannya di tempat-tempat yang tidak semestinya.

Hal ini berdampak apabila terjadi penumpukan angkutan bus yang datang di Terminal ini akan mengganggu sirkulasi bus itu sendiri. Penambahan fasilitas berupa halte Trans Jogja menjadi masalah kedua. Sebab, tidak ada jalur untuk sirkulasi keluar masuknya transportasi ini. Manufer bus medium ini dinilai berantakan. Hal ini berdampak mengganggu pelayanan transportasi lain yang ada di sana pada saat terjadinya keramaian penumpang dan bus. Permasalahan ketiga adalah adanya *Fly Over* Jombor yang mengganggu sirkulasi bus keluar dari Terminal Jombor. Karena adanya *Fly Over*, kini jalan di depan pintu keluar Terminal Jombor menjadi sempit dan menyulitkan supir bus untuk keluar. Selain dari segi fasilitas dari segi SDM petugas terminal juga penting untuk ditingkatkan/perbaiki karena ada kaitan erat dengan kepuasan konsumen. Seperti menjamin rasa aman kepada konsumen ketika berada diterminal dan sebagainya.

Untuk itulah maka perlu dianalisis sejauh mana masyarakat merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya. Seperti yang diungkapkan Bitner dan Zeithaml (2003) layanan adalah semua kegiatan ekonomi yang menghasilkan output tidak dalam bentuk produk fisik atau bentuk yang biasanya dikonsumsi selama produksi, dan memberikan nilai tambah dalam bentuk seperti kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan. Dengan pelayanan yang baik, fasilitas yang memadai, dan profesionalitas yang tinggi dari pihak pengelola terminal. Menurut Zulian Yamit (2004) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan

lingkungan. Diharapkan dapat tercapainya kualitas layanan (*service quality*) yang tinggi. Berdasarkan hal-hal yang dijelaskan diatas maka dilakukan penelitian tentang kepuasan masyarakat terhadap layanan yang ada di terminal Jombor. Menurut Kotler dan Keller (2009) *service* adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Dan Menurut Kotler (2005) kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Ini tentunya menjadi perhatian khusus bagaimana menciptakan suasana yang nyaman bagi para konsumen yang melepas lelah di terminal. Oleh sebab itu perlu adanya pertimbangan masukan dari konsumen untuk diwujudkan kedalam pembangunan terminal yang baik. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah *servqual-qfd*. Kedua metode ini akan diintegrasikan untuk memperoleh atribut yang diprioritaskan untuk usulan perbaikan kualitas pelayanan bagi pihak terminal Jombor. *Servqual* memiliki beberapa kelebihan seperti dapat mengetahui nilai gap (kualitas pelayanan) dari setiap atribut penelitian, dapat mengetahui bagaimana harapan dan bagaimana kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Sedangkan kelebihan Hoq salah satunya menterjemahkan kebutuhan konsumen menjadi persyaratan teknis, sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan efisiensi waktu yang dibutuhkan lebih baik. Untuk menentukan *customer need* Hoq, berupa hasil dari perhitungan *servqual* yang akan diintegrasikan dengan QFD, yaitu atribut-atribut yang bernilai negatif dari *servqual* yang akan dijadikan *customer need* dari HOQ. Tujuan dari Qfd adalah untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen, yang kemudian diidentifikasi, atribut apakah yang menjadi prioritas dari matriks *horizontal* dan *vertikal* sebagai acuan dalam menentukan keputusan yang diambil, dalam meningkatkan kualitas layanan terminal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka permasalahan yang dapat diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan terminal telah memenuhi harapan konsumen ?

2. Berdasarkan matriks *House Of Quality horizontal* dan *vertikal*, atribut apa saja yang menjadi prioritas Terminal Jombor untuk meningkatkan kepuasan konsumen ?
3. Bagaimana titik kelemahan, titik kekuatan dan peluang jika dibandingkan dengan pesaingnya dalam hal ini adalah terminal Giwangan?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini terfokus pada pemecahan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Maka penelitian dilakukan dengan melakukan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di terminal Jombor Kabupaten Sleman DIY.
2. Penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada masyarakat/masyarakat secara acak yang ada di terminal Jombor.
3. Individu-individu yang dijadikan sampel adalah masyarakat yang kebetulan ada ditempat penelitian untuk dijadikan sumber data.
4. Metode yang digunakan adalah *service quality (servqual)* dengan kombinasi metode *QFD*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui apakah kualitas layanan terminal telah memenuhi harapan konsumen
2. Mengetahui atribut yang diprioritaskan dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan terminal.
3. Mengetahui perbandingan Terminal Jombor terhadap pesaingnya yaitu Terminal Giwangan.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Sebagai referensi penelitian selanjutnya khususnya berkaitan dengan kasus peningkatan kualitas layanan.

2. Sebagai masukan pihak terkait dalam melakukan peningkatan kualitas layanan.

1.6 Sistematika Penulisan

Penyusunan laporan tugas akhir ini mengikuti sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini akan diuraikan secara singkat mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi uraian tentang hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan disamping itu juga berisi tentang konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian, dasar-dasar teori untuk mendukung kajian yang akan dilakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Mengandung uraian tentang bahan atau materi penelitian, alat, tata cara penelitian dan data yang akan di kaji serta cara analisis yang dipakai dan sesuai dengan bagan alur yang dibuat.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Menguraikan tentang data-data yang dihasilkan selama penelitian kemudian pengolahan data dengan metode yang telah ditentukan hasil analisis.

BAB V PEMBAHASAN

Membahas hasil penelitian yang dilakukan untuk menghasilkan suatu kesimpulan, rekomendasi atau saran yang harus diberikan untuk penelitian lanjutan.

BAB VI PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan yang diperoleh melalui pembahasan hasil penelitian, rekomendasi atau saran-saran yang perlu diberikan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Induktif

Berikut merupakan penelitian terdahulu tentang integrasi *Servqual* dan *QFD*. Dasar atau acuan yang berupa teori-teori atau temuan-temuan melalui hasil berbagai penelitian sebelumnya merupakan hal yang sangat perlu dan dapat dijadikan sebagai data pendukung. Salah satu data pendukung yang menurut peneliti perlu dijadikan bagian tersendiri adalah penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang sedang dibahas dalam penelitian ini. Dalam hal ini, fokus penelitian terdahulu yang dijadikan acuan adalah terkait dengan masalah kualitas pelayanan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	TAHUN	PENELITI DAN JUDUL PENELITIAN	MASALAH PENELITIAN	HASIL/TEMUAN	PENERBIT	KATA KUNCI
1	2008	Sonya Marliana, Rini Dharmastiti Integrasi <i>Servqual</i> dan <i>QFD</i> Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Angkutan Massa Trans Jogja	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut-atribut layanan bus patas Trans Jogja yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan penumpang serta memberikan rekomendasi peningkatan dan pengembangan untuk memperbaiki	Memberikan hasil/gambaran dan penjelasan Karakteristik kualitas layanan jasa PT. Jogja Tugu Trans (JTT) yang diinginkan oleh penumpang	Universitas Gajah Mada	Transportasi, <i>Servqual</i> , <i>Qfd</i>

NO	TAHUN	PENELITI DAN JUDUL PENELITIAN	MASALAH PENELITIAN	HASIL/TEMUAN	PENERBIT	KATA KUNCI
2.	2015	Firda Triana Hartanti, Ni Luh Putu Hariastuti Integrasi <i>Servqual</i> Dan <i>Qfd</i> Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Tempat Rekreasi Kenjeran Baru Surabaya	kualitas layanan bus patas Trans Jogja. Untuk mengetahui permasalahan dalam hal pelayanan dari pihak kenjeran baru Surabaya terhadap para pengunjungnya juga berisikan mengenai fasilitas dan harapan apa yang diinginkan para pengunjung untuk kedepannya agar tempat rekreasi kenjeran baru Surabaya lebih baik lagi.	Terdapat pengaruh yang signifikan antara Penerapan Sistem Teknologi informasi dan Perbaikan Struktur Organisasi (reorganisasi) terhadap produktivitas kerja aparat pajak	Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya (ITATS)	Kualitas, Pelayanan, <i>Servqual</i> Dan <i>QFD</i>
3	2013	Wiyogo Surachman, Rudy Soenoko, Nasir Widha Setyanto Integrasi <i>Servqual</i> Dan <i>Quality Function Deployment</i> Untuk Pengukuran Kualitas Layanan (Studi Kasus) : Program Studi Pendidikan Teknik Mesin, Universitas Palangka Raya)	Untuk mengetahui permasalahan dalam hal pelayanan dari Perguruan Tinggi PSPTM bahwa pelayanan yang diberikan belum maksimal. Seperti, keluhan terhadap internet, pengurusan KRS, ketersediaan buku/refrensi/bahan ajar	Memberikan hasil/gambaran dan penjelasan atribut prioritas yang perlu diperbaiki pada kualitas layanan administrasi dan akademik.	Universitas Brawijaya	<i>Servqual</i> , <i>QFD</i> , <i>HOQ</i>
4	2015	Annisa Azzahra H Analisa Kualitas Pelayanan Publik terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan	Untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen berdasarkan kinerja pelayanan di terminal Jombor.	Memberikan usulan perbaikan melalui atribut-atribut apa saja yang menjadi prioritas bagi pihak terminal Jombor. Dengan menggunakan metode	Universitas Islam Indonesia	<i>Kinerja</i> , <i>pelayanan</i> , <i>servper</i> , <i>f-ipa-csi</i>

NO	TAHUN	PENELITI DAN JUDUL PENELITIAN	MASALAH PENELITIAN	HASIL/TEMUAN	PENERBIT	KATA KUNCI
		metode servperf- ipa-Csi		servperf-csi-Ipa		
5	2016	Muhammad Iqbal INTEGRASI SERVQUAL(SERVICE QUALITY) DAN QFD (QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT) DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN TERMINAL	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut-atribut layanan terminal Jombor yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen serta memberikan rekomendasi peningkatan dan pengembangan untuk memperbaiki kualitas layanan Terminal	Memberikan hasil/gambaran dan penjelasan Karakteristik kualitas layanan jasa yang diinginkan oleh konsumen dan rekomendasi atribut apa yang diprioritaskan untuk meningkatkan kualitas layanan	Universitas Islam Indonesia	Atribut, Kualitas Pelayanan, SERVQUAL, QFD

Dari beberapa contoh hasil penelitian di atas, maka dapat digambarkan beberapa persamaan dan perbedaannya. Persamaan penelitian ini dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya adalah pada masalah yang diangkat yaitu tentang meningkatkan kualitas pelayanan. Sedangkan kelebihan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, mampu menterjemahkan kebutuhan konsumen menjadi persyaratan teknis (matriks *vertikal*), mampu menentukan prioritas atribut berdasarkan matriks Hoq (*vertikal* dan *horizontal*) sebagai usulan perbaikan kualitas layanan.

2.2 Kajian Deduktif

2.2.1 Konsep dan Definisi kualitas Jasa/Pelayanan

Menurut Djaslim Saladin (2004) pengertian jasa adalah sebagai berikut. “Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Proses produksinya mungkin dan mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.”

Menurut Zeithaml dan Bitner tentang pengertian jasa adalah sebagai berikut: “Jasa adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud (*intangible*) bagi pembeli pertamanya.” Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka jasa pada dasarnya adalah sesuatu yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut: (1.) Sesuatu yang tidak berwujud, tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen. (2.) Proses produksi jasa dapat menggunakan atau tidak menggunakan bantuan suatu produk fisik. (3.) Jasa tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan. (4.) Terdapat interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa.

Kategori penawaran dapat dibedakan menjadi lima macam, antara lain :

1. Barang berwujud murni (*pure tangible good*).
Penawaran semata-mata hanya terdiri atas produk fisik. Pada produk ini sama sekali tidak melekat jasa pelayanan. Contohnya sabun , pasta gigi, sampo dan lain-lain.
2. Barang berwujud dengan jasa pendukung (*tangible good with accompanying services*).
Barang berwujud dengan jasa pendukung merupakan tawaran terdiri atas tawaran barang berwujud diikuti oleh satu atau beberapa jenis jasa untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Contohnya penjual mobil memberikan jaminan atau garansi, misalnya satu tahun gratis *service* kerusakan.
3. Jasa campuran (*Hybrid*).
Jasa campuran merupakan penawaran barang dan jasa dengan proporsi yang sama. Contohnya makanan ditawarkan di restoran disertai pelayanan yang mengesankan.
Jasa pokok disertai barang-barang dan jasa tambahan (*major service with accompanying minor goods and service*).
4. Penawaran terdiri atas suatu jasa pokok bersama-sama dengan jasa tambahan (pelengkap) dan atau barang-barang pendukung. Contohnya penumpang pesawat

yang membeli jasa angkutan (*transportasi*) selama menempuh perjalanan ada beberapa produk fisik yang terlibat seperti makanan, koran dan lain- lain.

5. Jasa murni (*pure service*).

Jasa murni merupakan tawaran hanya berupa jasa. Contoh : panti pijat, konsultasi *psikologis* dan lain-lain.

Berikut ini merupakan beberapa definisi dari kualitas jasa yaitu:

Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang akan diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas juga dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2005). Tjiptono (2005) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai “tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Berdasarkan dua definisi kualitas pelayanan diatas dapat diketahui bahwa terdapat dua factor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) konsumen dan pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) oleh konsumen atau hasil yang dirasakan.

Menurut Lovelock (2002) klasifikasi jasa dapat dilakukan berdasarkan tujuh kriteria pokok, yaitu:

a. Segmen Pasar

Berdasarkan segmen pasar, jasa dapat dibedakan menjadi yang ditujukan pada konsumen akhir (misalnya taksi, asuransi jiwa, catering, jasa tabungan, dan pendidikan) dan jasa bagi konsumen organisasional (misalnya biro periklanan, jasa akuntansi dan perpajakan, dan jasa konsultasi manajemen).

b. Tingkat Keberwujudan

Berdasarkan kriteria ini, jasa dapat dibedakan menjadi tiga macam: **i. *Rented-goods Service*** Dalam tipe ini, konsumen menyewa dan menggunakan produk tertentu berdasarkan tarif yang disepakati selama jangka waktu yang spesifik. Konsumen hanya dapat menggunakan produk tersebut karena hak kepemilikan produk tetap kepada perusahaan yang menyewakannya. **ii. *Owned-goods Service*** Pada tipe ini, produk-produk yang dimiliki konsumen direparasi, dikembangkan, atau ditingkatkan kinerjanya, atau dirawat/dipelihara oleh perusahaan jasa. Jenis jasa seperti ini juga mencakup perubahan bentuk pada produk milik konsumen. **iii. *Non-goods Service*** Karakteristik khusus pada jenis ini adalah jasa personal bersifat *intangible* (tidak berbentuk produk fisik) ditawarkan pada pelanggan.

c. Keterampilan Penyedia Jasa

Berdasarkan tingkat keterampilan penyedia jasa, terdapat dua tipe pokok jasa yaitu *Professional Services* (seperti dosen, konsultan manajemen, konsultan hukum, pengacara, arsitek, dokter, perawat, dan *fotografer*) dan *Nonprofesional Services* (seperti jasa supir taksi, tukang parkir, pengangkut sampah, dan pembantu rumah tangga).

d. Tujuan Organisasi Jasa

Berdasarkan tujuan organisasi, jasa dapat diklasifikasikan menjadi *commercial services* atau *profit service* (misalnya jasa penerbangan, bank, penyewaan mobil, biro iklan, dan hotel) dan *non-profit services* (seperti yayasan dana bantuan, panti asuhan, panti wreda, perpustakaan umum, dan museum).

e. Regulasi

Dari aspek regulasi, jasa dapat dibagi menjadi *regulated services* (misalnya jasa pialang, jasa angkutan umum, media massa, dan perbankan) dan *nonregulated services* (seperti jasa makelar, *catering*, dan asrama).

f. Tingkat *Intensitas* Karyawan

Berdasarkan tingkat intensitas karyawan (keterlibatan tenaga kerja), jasa dapat dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu *equipment-based services* (seperti cuci mobil otomatis, jasa sambungan telepon interlokal dan internasional, ATM, *internet banking* dan binatu) dan *people-based services* (seperti pelatih renang, pelatih sepakbola, satpam, akuntan, konsultan hukum, dan konsultan manajemen).

g. Tingkat Kontak Penyedia Jasa dengan Pelanggan

Berdasarkan tingkat kontak ini, secara umum jasa dapat dikelompokkan menjadi *high-contact services* (seperti universitas, bank, dokter, penata rambut, dan penasihat perkawinan) dan *low-contact services* (seperti bioskop, jasa PLN, jasa telekomunikasi, dan jasa layanan pos).

2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman, Leonard L Berry, Valerie A, Zeithaml, (1998) menyusun dimensi pokok yang menjadi faktor utama penentu kualitas pelayanan jasa sebagai berikut:

1. *Reability* (keandalan)
Yaitu kemampuan untuk mewujudkan pelayanan yang dijanjikan dengan handal dan akurat.
2. *Responsiveness* (daya tanggap)
Yaitu kemampuan untuk membantu para konsumen dengan menyediakan pelayanan yang cepat dan akurat.
3. *Assurance* (jaminan)
Yaitu meliputi pengetahuan, kemampuan, dan kesopanan atau kebaikan dari personal serta kemampuan mendapatkan kepercayaan dan keinginan.

4. *Empathy* (empati)

Yaitu mencakup menjaga dan memberikan tingkat perhatian secara individu atau pribadi terhadap kebutuhan-kebutuhan konsumen.

5. *Tangible* (bukti langsung)

Yaitu meliputi fasilitas fisik, peralatan atau perlengkapan, harga dan penampilan personal dan material tertulis.

Dimensi kualitas pelayanan tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur kualitas pelayanan suatu perusahaan jasa. Mengukur kualitas pelayanan berarti mengevaluasi atau membandingkan kinerja suatu jasa dengan seperangkat standar yang telah ditetapkan terlebih dahulu (Tjiptono, 2005). Untuk model pengukuran, Parasuraman, Leonard L Berry, Valerie A, Zeithaml (1998) telah membuat sebuah skala multi item yang diberi nama *SERVQUAL*. Skala *SERVQUAL* pertama kali dipublikasikan pada tahun 1988, dan terdiri dari dua puluh dua item pertanyaan, yang didistribusikan menyeluruh pada lima dimensi kualitas pelayanan.

Untuk mendapatkan pelayanan yang bagus, kita tidak harus membutuhkan biaya yang mahal. Pelayanan membutuhkan komitmen dan keyakinan dari perusahaan untuk memberikan pelayanan maksimal kepada konsumen. Semua karyawan yang berhubungan dengan konsumen, harus menganggap diri mereka sebagai duta perusahaan. Beberapa kriteria yang mengikuti dasar penelitian konsumen terhadap pelayanan menurut Schiffman dan Kanuk (2008) yaitu:

1. Keandalan

Merupakan konsistensi kinerja yang berarti bahwa perusahaan menyediakan pelayanan yang benar pada waktu yang tepat, dan juga berarti perusahaan menjunjung tinggi janjinya.

2. Responsif

Merupakan kesediaan dan kesiapan karyawan untuk memberikan pelayanan.

3. Kompetisi

Berarti memiliki kemampuan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk melayani.

4. Aksesibilitas

Meliputi kemudahan untuk dihubungi.

5. Kesopanan

Meliputi rasa hormat, sopan, dan keramahan karyawan.

6. Komunikasi

Berarti membiarkan konsumen mendapat informasi yang dibutuhkan dan bersedia mendengarkan konsumen.

7. Kredibilitas

Meliputi kepercayaan, keyakinan, dan kejujuran.

8. Keamanan

Yaitu aman dari bahaya, risiko, atau kerugian.

9. Empati

Yaitu berusaha untuk mengerti kebutuhan dan keinginan konsumen.

10. Fisik

Meliputi fasilitas, penampilan karyawan dan peralatan yang digunakan untuk melayani konsumen.

2.2.3 Karakteristik Jasa

Berbagai riset dan literatur manajemen jasa mengungkapkan bahwa jasa / layanan memiliki empat karakteristik unik yang membedakannya dari barang dan berdampak pada strategi mengelola dan memasarkannya. Keempat karakteristik utama tersebut dikenal dengan istilah paradig IHIP: *Intangibility*, *Heterogeneity*, *Inseparability*, dan *Perishability* (Tjiptono, 2004).

a. *Intangibility*

Jasa/layanan berbeda dengan barang fisik. Bila barang merupakan suatu obyek, alat, material, atau benda yang bisa dilihat, disentuh, atau dirasa dengan panca indera. Maka justru merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha yang sifatnya abstrak. Bila barang dapat dimiliki, maka layanan/jasa cenderung hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki (*non-ownership*). Walaupun sebagian besar jasa mungkin saja berkaitan dan didukung dengan produk fisik, esensi dari apa yang dibeli pelanggan adalah kinerja yang diberikan oleh pihak tertentu kepada

pihak lainnya. Jasa bersifat *intangible*, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diaras sebelum dibeli dan dikonsumsi. Konsep *intangible* itu sendiri memiliki dua pengertian (Tjiptono, 2004): (i) sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasakan, dan (ii) sesuatu yang tidak dapat didefinisikan, dirumuskan atau dipahami secara rohaniah.

b. *Heterogeneity / Variability / Inconsistency*

Layanan bersifat sangat *variable* atau heterogen karena merupakan *nonstandardized output*, artinya bentuk, kualitas, dan jenisnya sangat beranekaragam, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana layanan tersebut dihasilkan.

c. *Inseparability*

Barang siapa yang diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa/layanan. Keduanya mempengaruhi hasil (*outcome*) dari jasa/layanan bersangkutan. Dalam hubungan antara penyedia jasa dan pelanggan ini, efektivitas staf layanan merupakan unsur kritis. Implikasinya, sukses tidaknya jasa/layanan bersangkutan ditunjang oleh kemampuan organisasi dalam melakukan proses rekrutmen dan seleksi, penilaian kinerja, system kompensasi, pelatihan, dan pengembangan karyawannya secara efektif. Faktor lain juga tidak kalah pentingnya adalah pemberian perhatian khusus pada tingkat partisipasi/keterlibatan pelanggan dalam proses penyampaian layanan.

d. *Perishability*

Perishability berarti jasa/layanan adalah komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu datang, dijual kembali atau dikendalikan. Kegagalan memenuhi permintaan akan menimbulkan ketidakpuasan pelanggan dan dalam banyak kasus kualitas layanan mengalami penurunan signifikan.

2.2.4 Model *SERVQUAL* (*Service quality*)

Model kualitas layanan yang paling populer dan hingga kini banyak dijadikan pedoman dalam riset manajemen dan pemasaran jasa adalah model *SERVQUAL* yang dikembangkan Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985, 1988, 1990,1993,1994) dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sector jasa; reparasi, ritel dan pialang sekuritas (Tjiptono, 2011). Dalam serangkaian penelitian mereka model ini berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang sebagian besar didasarkan pada pendekatan diskonfirmasi.

Dalam hal ini ditegaskan bahwa kinerja pada suatu atribut (*attribute performance*) meningkat lebih besar dari pada harapan (*expectation*) atau atribut yang bersangkutan, maka kepuasan dan kualitas jasa pun akan meningkat, begitu juga sebaliknya (Tjiptono dan Chandra 2005). Menurut Parasuraman, Leonard L Berry, Valerie A, Zeithaml, (1998) terkait dengan model *SERVQUAL*. Kualitas jasa didefinisikan sebagai penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu jasa. Model *SERVQUAL* banyak diterapkan diberbagai perusahaan dan industrislisasi. Popularitas instrument *survey servqual* dikarenakan sejumlah keunggulan. Pertama, instrument *servqual* telah berkembang menjadi semacam standar untuk penelitian atas berbagai dimensi kualitas layanan. Kedua, berbagai riset telah menunjukkan bahwa instrument *servqual* valid untuk berbagai konteks layanan. Ketiga, instrument *servqual* memiliki prosedur analisis baku yang memudahkan interpretasi hasil (Tjiptono, 2011).

Ada banyak yang dapat dipergunakan untuk menganalisa kualitas jasa salah satunya gap model yang dikembangkan oleh Parasuraman, et al. Model ini selanjutnya dikenal dengan *servqual*. Dalam penelitiannya Parasuraman dan kawan-kawan (Leonard L Berry, Valerie A, Zeithaml) mengidentifikasi 5 gap yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu:

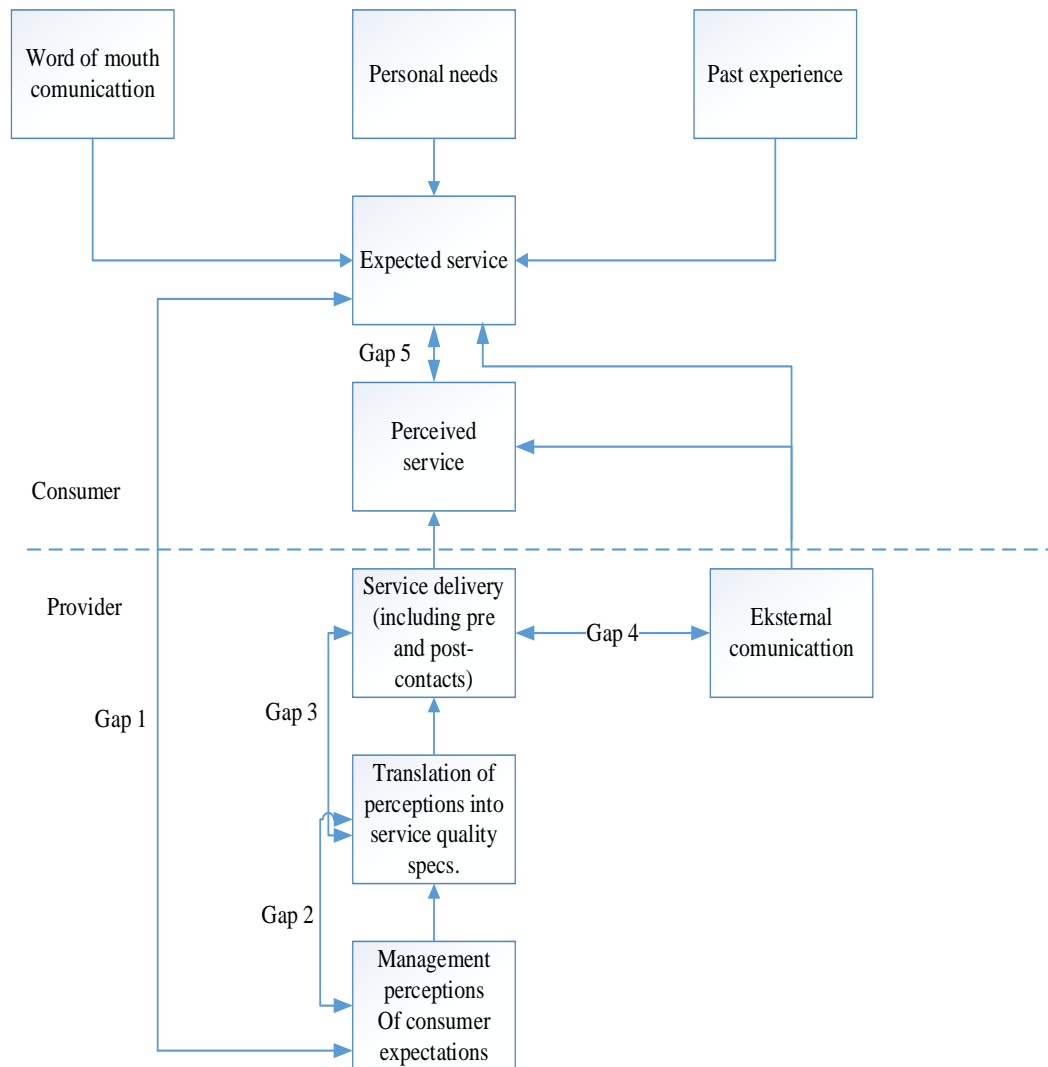
1. Gap antara konsumen dan persepsi manajemen.

Pada kenyataannya pihak manajemen suatu perusahaan tidak selalu dapat merasakan atau memahami apa yang diinginkan para pelanggan secara tepat. akibatnya manajemen tidak mengetahui bagaimana suatu jasa seharusnya

didesain, dan jasa-jasa pendukung/sekunder apa saja yang diinginkan oleh konsumen.

2. Gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa. Kadang kala manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh pelanggan. Tetapi mereka tidak menyusun standart kinerja tertentu secara jelas . Hal ini bisa dikarenakan tiga faktor , yaitu tidak adanya komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa, kekurangan sumber daya, atau karena adanya kelebihan permintaan.
3. Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.
Ada beberapa penyebab terjadinya gap ini, misalnya karyawan kurang terlatih beban kerja melampaui batas, tidak dapat memenuhi standart kinerja atau bahkan tidak mau memenuhi standart kinerja yang ditetapkan.
4. Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.
Seringkali harapan pelanggan dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yng dibuat oleh perusahaan. Resiko yang dihadapi perusahaan adalah apabila janji yang diberikan tidak dapat dipenuhi.
5. Gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan oleh konsumen.
Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja / prestasi perusahaan dengan cara yang berlainan, atau bisa juga keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut (Tjiptono, 1996).

Berikut ini merupakan diagram yng menampilkan keterkaitan antara kelima gap utama dalam *servqual*.



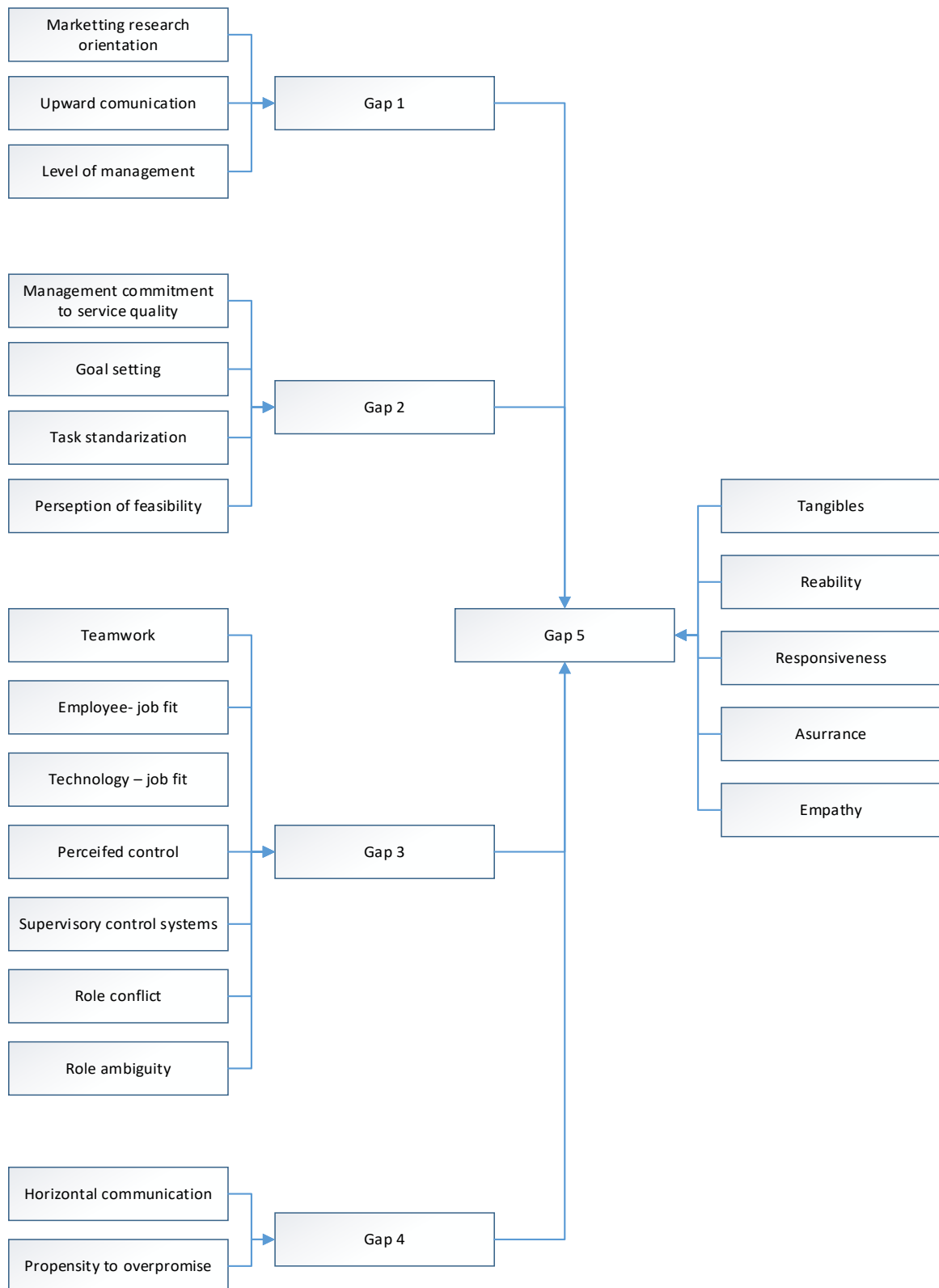
Gambar 2.1 Model *Servqual*
Sumber: (Pasuraman et al 1985)

Langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk menghilangkan gap-gap dalam *servqual* adalah sebagai berikut:

1. Menghilangkan gap 1, langkah-langkah yang dapat dilakukan adalah:
 1. Memberikan kesempatan kepada para pelanggan untuk menyampaikan ketidakpuasan mereka kepada perusahaan.
 2. Memperlancar arus komunikasi antara unit operasi , antara unit penjualan dan unit personalia,pemasaran dan operasi.
 3. Memberikan layanan yang konsisten disemua tingkatan perusahaan.
 4. Memberikan perhatian yang lebih besar pada aspek-aspek vital kualitas pelayanan.

2. Menghilangkan gap 2, langkah-langkah yang dapat dilakukan:
 1. Memperbaiki kualitas kepemimpinan perusahaan.
 2. Mempertinggi komitmen sumber daya manusia terhadap kualitas pelayanan.
 3. Mendorong sumber daya manusia untuk lebih inovatif dan responsif terhadap gagasan-gagasan baru.
 4. Standarisasi pekerjaan-pekerjaan tertentu terutama yang rutin sifatnya.
 5. Penetapan tujuan yang ingin dicapai secara efektif (atas dasar keinginan dan harapan para pelanggan).
3. Menghilangkan gap 3, langkah-langkah yang dapat dilakukan:
 1. Memperjelas pembagian pekerjaan.
 2. Meningkatkan kesesuaian antara sumber daya manusia, teknologi, dan pekerjaan.
 3. Mengukur kinerja dan memberikan imbalan sesuai dengan kinerja.
 4. Memberikan kewenangan yang lebih besar kepada sumber daya manusia yang lebih "dekat" dengan para pelanggan.
 5. Membangun kerjasama antara sumber daya manusia.
 6. Memperlakukan para pelanggan seperti bagian dari keluarga besar perusahaan.
4. Menghilangkan gap 4, langkah-langkah yang dapat dilakukan:
 1. Memperlancar arus komunikasi antara unit promosi/ iklan dan unit operasi, antara unit penjualan dan unit operasi, dan antara unit personalia, pemasaran, dan operasi.
 2. Memberikan layanan yang konsisten disemua tingkatan perusahaan.
 3. Memberikan perhatian yang lebih besar pada aspek-aspek vital kualitas pelayanan.
 4. Menjaga agar pesan-pesan yang disampaikan secara eksternal tidak membentuk harapan para pelanggan yang melebihi kemampuan perusahaan.
 5. Mendorong para pelanggan untuk menjadi pelanggan yang baik dan setia.
 6. Menjaga agar pesan-pesan yang disampaikan secara eksternal tidak membentuk harapan para pelanggan yang melebihi kemampuan perusahaan.
 7. Mendorong para pelanggan untuk menjadi pelanggan yang baik dan setia.

Sedangkan pengembangan gap model yang dikemukakan Parasuraman, Zeithaml dan Leonard Berry pada (1985), dikembangkan lebih lanjut dengan mengemukakan faktor-faktor penyebab gap 1 hingga 4, sedangkan gap 5 merupakan keseluruhan gap-gap tersebut. Mereka menyebutnya *Extended model of service quality*.



Gambar 2.2 *Extended service quality*
 Sumber: (Pasuraman et al 1985)

2.2.4.1 Jasa Yang Diharapkan (Expected Service)

Meski *SERVQUAL* menekankan arti penting harapan pelanggan sebelum membeli atau menggunakan suatu jasa sebagai standar acuan dalam mengevaluasi kinerja jasa yang bersangkutan. Hasil penelitian Parasuraman, Leonard L Berry, Valerie A, Zeithaml (1998) menunjukkan bahwa terdapat 10 faktor utama yang mempengaruhi harapan pelanggan terhadap suatu jasa, yaitu:

1. *Enduring service intensifiers*, berupa harapan yang disebabkan oleh orang lain dan filosofi pribadi seseorang mengenai suatu jasa.
2. Kebutuhan pribadi, meliputi kebutuhan fisik, fisik, social dan psikologis.
3. *Transitory service intensifier*, terdiri atas situasi darurat yang membutuhkan jasa tertentu (seperti asuransi kesehatan dan asuransi kecelakaan) dan jasa terakhir yang pernah dikonsumsi pelanggan.
4. Persepsi pelanggan terhadap tingkat layanan perusahaan lain.
5. *Self-perceived service role*, yaitu persepsi pelanggan terhadap tingkat keterlibatannya dalam proses penyampaian jasa.
6. Faktor situasional yang berada diluar kendali penyedia jasa.
7. Janji layanan eksplisit, baik berupa iklan, *personal selling*, perjanjian, maupun publikasi media massa.
8. Janji layanan implisit, yang tercermin dari harga dan sarana pendukung jasa.
9. *World-of-mouth* , baik dari teman, keluarga, rekan kerja, pakar, maupun publikasi media massa.
10. Pengalaman masa lampau.

2.2.4.2 Jasa yang Dipersepsikan (*Perceived service*)

Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 2000). Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa. Pelanggan yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan. Sayangnya jasa memiliki karakteristik *variability*, sehingga kinerja seringkali tidak konsisten. Hal ini menyebabkan pelanggan menggunakan isyarat *intrinsic* (*output* dan penyampaian jasa)

dan isyarat ekstrinsik (unsur-unsur pelengkap jasa) sebagai acuan/pedoman dalam mengevaluasi kualitas jasa. Konsekuensinya, jasa yang sama bisa dinilai secara berlainan oleh konsumen yang berbeda.

2.2.5 Metode *SERVQUAL*

Metode ini dikembangkan oleh Zeithaml, V. A, Parasuraman A, dan Leonard L. Berry (1990) Menggunakan pendekatan user-based approach, yang mengukur kualitas jasa secara kuantitatif dalam bentuk kuesioner dan mengandung dimensi-dimensi kualitas jasa yaitu *tangibles, reability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*.

Metode ini secara garis besar terbagi menjadi 2 bagian yaitu:

1. Bagian ekspektasi, yang memuat pertanyaan-pertanyaan untuk mengetahui dengan pasti ekspektasi atau harapan umum dari konsumen terhadap sebuah jasa
2. Bagian persepsi yaitu memuat pertanyaan untuk mengukur persepsi konsumen tentang pelayanan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan kategori tertentu.

Tanggapan konsumen dinyatakan dengan skala *likert*, untuk selanjutnya konsumen diharapkan memberikan bobot kepentingan dari masing – masing dimensi yang ada.

Perhitungan *servqual* adalah sebagai berikut:

$$\text{Servqual score weighted for importance} = (\text{perception score} - \text{expectation score}) \times (\text{importance score}) \dots \dots \dots (2.1)$$

2.2.6 Kepuasan Konsumen

2.2.6.1 Pengertian Konsumen

Sebagai salah satu Terminal yang bergerak dibidang jasa , yang melayani berbagai rute tujuan masyarakat. Untuk itu perlu dijelaskan terlebih itu apa yang dimaksud konsumen. Menurut Kotler (1995) konsumen adalah semua orang dan rumah tangga yang membeli atau menerima barang atau jasa bagi konsumen pribadi. Berdasarkan pendapat tokoh

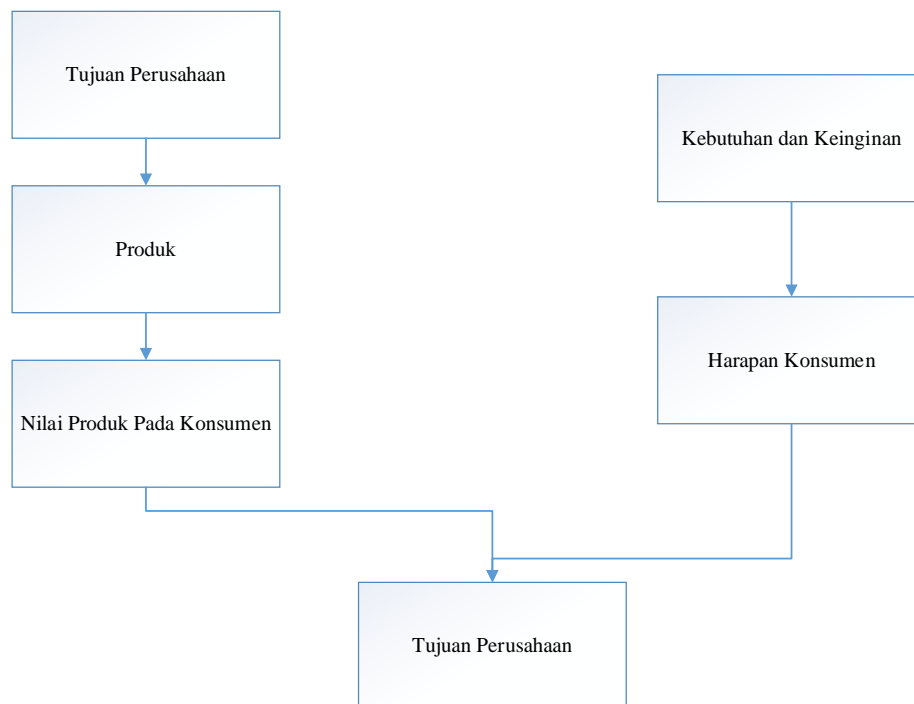
diatas tersebut maka dapat disimpulkan bahwa konsumen adalah semua orang yang membeli menerima, membutuhkan pelayanan dan perhatian perlakuan yang dipergunakan untuk keperluan pribadi atau kelompok.

2.2.6.2 Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan masalah yang seringkali kurang diperhatikan oleh perusahaan, Padahal sebenarnya memiliki tingkat kepentingan yang sangat tinggi. Kepuasan konsumen akan mempengaruhi perilaku pembelian ulang serta loyalitas konsumen terhadap produk yang dihasilkan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan akan menentukan keberhasilan dari perusahaan.

Kesadaran akan pentingnya permasalahan kepuasan konsumen ini mendorong ahli psikologi dan ekonomi melakukan penelitian guna mengetahui lebih lanjut apa dan bagaimana kepuasan konsumen itu. Dari berbagai macam penelitian yang telah dilakukan diperoleh berbagai macam definisi mengenai arti dari kepuasan konsumen itu sendiri.

Definisi kepuasan konsumen menurut Kotler (1995) adalah: “Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya”. Jika dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, mak konsumen akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, konsumen akan sangat puas. Untuk menciptakan kepuasan konsumen, perusahaan harus menciptaka dan mengelola suatu system untuk memperoleh konsumen yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan konsumennya. Konsep kepuasan konsumen menurut Tjiptono (1996) dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.3 Konsep keputusan konsumen

Sumber: (Tjiptono, 1996)

Untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan segmen pasar dimana produk akan diarahkan.
Hal ini sangat berguna untuk melihat struktur pasar. Pasar dapat disegmentasikan berdasarkan segmentasi geografi, segmentasi demografik psikografik, dan segmen perilaku.
2. Mengidentifikasi faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan
 1. Melakukan riset untuk mengidentifikasi factor utama yang paling penting bagi pasar sasaran.
 2. Memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan da pesaing berdasarkan faktor- faktor utama tersebut.
3. Mengelola harapan konsumen
Disii perusahaan dapat mengelola janji- janji yang diberikan kepada konsumen sehingga tidak menimbulkan harpan konsumen yang secara realitas tidak dapat untuk dilaksanakan.

4. Mengelola bukti (*vidence*) kualitas pelayanan

Jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sehingga konsumen akan cenderung memperhatikan fakta yang berkaitan dengan jasa sebagai kualitas misalnya sarana gedung dan penampilan pihak pelaksana.

5. Mendidik kosumen tentang jasa

Dilakukan untuk meningkatkan pemahaman konsumen mengenai suatu jasa sehingga dapat memahami kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

6. Mengembangkan sistem informasi kualitas pelayanan

Sistem informasi kualitas pelayanan merupakan suatu sistem yang menggunakan berbagai macam pendekatan riset sebagai sistematis untuk mengumpulkan dan menyebarkan informasi kualitas jasa untuk mendukung pengambilan keputusan.

2.2.6.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Era globalisasi sekarang ini yang ditandai oleh revolusi teknologi komunikasi dan teknologi informasi telah mengakibatkan terjadinya perubahan yang luar biasa. Para pelaku bisnis yang bergerak baik di bidang *manufacturing* maupun jasa pelayanan harus berperan aktif dan tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan pelanggan. Perusahaan perlu menyusun strategi dengan tujuan untuk menciptakan *brand image* yang mendalam bagi pengguna produk dan jasa pelayanan. Strategi tersebut dapat menjadi petunjuk arah dan pendorong motivasi untuk menciptakan langkah kreatif dan inovatif yang dapat membentuk keadaan masa depan. Tujuan akhir strategi tersebut adalah terciptanya kepuasan pelanggan. Menurut (Kotler, 2011) mendefinisikan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

a) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.

b) *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau calon pembeli produk perusahaan dan pesaing.

c) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan customer *loss rate* juga penting karena customer *loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

d) Survei Kepuasan Pelanggan

Banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei, baik dengan survei pos, telepon, maupun wawancara pribadi.

2.2.7 Diagram Kartesius

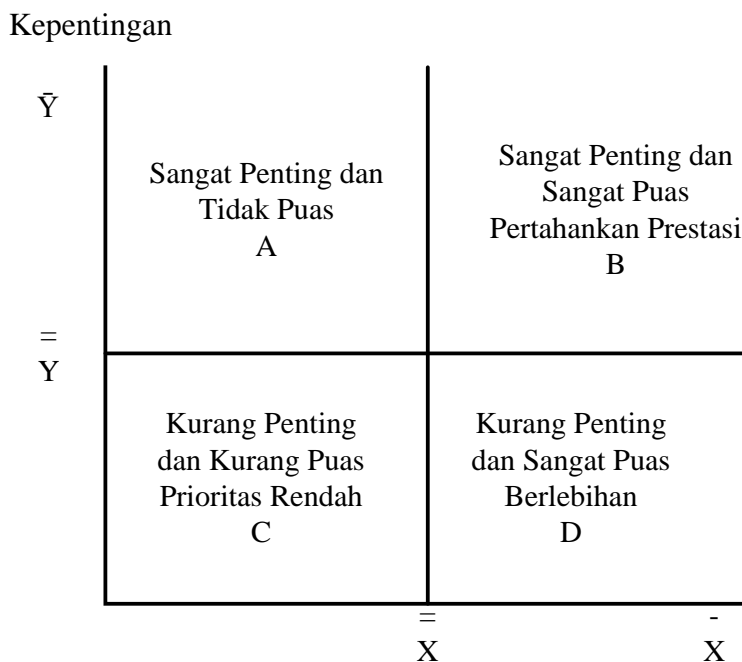
Diagram kartesius merupakan suatu bagan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X ,Y) dimana X merupakan rata-rata dari rata rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan atas seluruh faktor atau atribut dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Rumus selanjutnya:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{x}_i}{K} \dots\dots\dots(2.2)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{y}_i}{K} \dots\dots\dots(2.3)$$

Dimana K = banyaknya atribut / fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selanjutnya, tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian kedalam diagram kartesius.



Gambar 2.4 Diagram Kartesius
Sumber: (Nasution, 2001)

Keterangan:

- A. 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.
- B. Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Unsur ini dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
- C. Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Pelaksanaannya oleh pelanggan biasa-biasa saja karena dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- D. Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, tetapi pelaksanaannya berlebihan. Faktor ini dianggap kurang penting, tetapi sangat memuaskan.

2.2.8 Quality Function Deployment (QFD)

Quality Function Deployment (QFD) ditemukan pertama kali oleh seorang professor Jepang yaitu Yoji Akao pada akhir tahun 1980. QFD merupakan praktik untuk merancang proses sebagai tanggapan atas kebutuhan pelanggan. Manfaat yang dapat diperoleh dari penerapan *Quality Function Deployment* Sullivan dalam Ariani (2008) meliputi:

- a) *Customer-focused*, yaitu mendapatkan input dan umpan balik dari pelanggan mengenai kebutuhan dan harapan pelanggan. Hal ini penting, karena performansi suatu organisasi tidak akan terlepas dari pelanggan, apalagi bila para pesaing juga melakukan hal yang sama.
- b) *Time-efficient*, yaitu mengurangi waktu pengembangan produk. Dengan menerapkan QFD maka program pengembangan produk akan memfokuskan pada kebutuhan dan harapan pelanggan.
- c) *Time-oriented*, QFD menggunakan pendekatan yang berorientasi pada kelompok. Semua keputusan didasarkan pada konsensus dan keterlibatan semua orang dalam diskusi dan pengambilan keputusan dengan teknik *brainstorming*.
- d) *Documentation-oriented*, QFD menggunakan data dan dokumentasi yang berisi semua proses dan seluruh kebutuhan dan harapan pelanggan. Data dan dokumentasi ini digunakan sebagai informasi mengenai kebutuhan dan harapan pelanggan yang selalu diperbaiki dari waktu ke waktu.

2.2.8.1 Tahapan – tahapan QFD

Metode QFD terdiri dari beberapa tahapan, antara lain:

- a) Mengidentifikasi keinginan masyarakat terhadap atribut Metode ini berfokus pada masyarakat. Pertama dilakukan peninjauan terhadap atribut-atribut yang mencerminkan keinginan masyarakat. Untuk mendapatkan atribut-atribut ini yang diinginkan oleh masyarakat dapat digunakan hasil dari wawancara langsung kepada masyarakat dan hasil kuesioner, biasanya digunakan skala penilaian (skala *Likert*) sebagai berikut:

1 = sangat tidak penting

2 = tidak penting

3 = cukup penting

4 = penting

5 = sangat penting

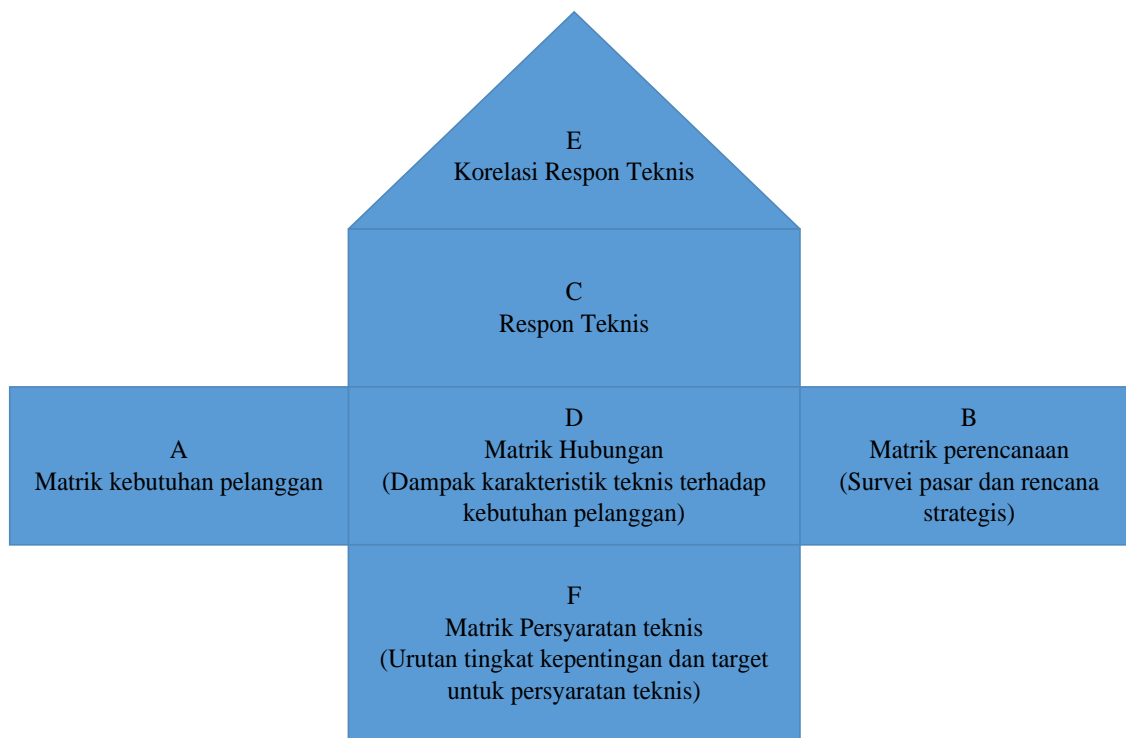
- b) Evaluasi atribut Dengan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan, dibandingkan apakah keadaan saat ini telah sesuai yang diharapkan atau belum.
- c) Menentukan tujuan dan rasio perbaikan Evaluasi yang telah dilakukan memberikan informasi mengenai permasalahan yang ada dan kemudian digunakan untuk menetapkan tujuan perbaikan yang diinginkan. Rasio perbaikan digunakan untuk mengukur tingkat kesulitan untuk mengubah atribut masyarakat menjadi performansi kepuasan masyarakat, rumus rasio perbaikan adalah:

$$\text{Rasio perbaikan} = \frac{\text{Tujuan}}{\text{Performansi kepuasan konsumen}} \dots\dots\dots(2.2)$$

- d) Karakteristik teknis. Karakteristik teknik adalah turunan dari atribut-atribut dan harus merupakan sesuatu yang dapat diukur. Karakteristik ini harus jelas dan terukur.
- e) Matriks interaksi/keterkaitan. Karakteristik teknis dihubungkan dengan atribut yang digambarkan melalui sebuah matriks. Kemudian ditentukan apakah ada atau tidak keterkaitan antar keduanya. Jika ada, seberapa kuat keterkaitan antar keduanya tersebut.
- f) Keterkaitan antar karakteristik teknis Perubahan satu karakteristik teknis akan berpengaruh terhadap karakteristik teknis yang lain.

2.2.8.2 House of Quality (HOQ)

Di dalam metode QFD ini hal yang sangat penting adalah pembangunan matriks HOQ. Matriks ini menunjukkan keinginan dan kebutuhan masyarakat serta respon untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan responden tersebut. Secara umum bentuk matriks HOQ adalah sebagai berikut.



Gambar 2.5 **Model House Of Quality (HOQ)**

Sumber: (Djati, 2003)

Keterangan:

- a) Kolom A atau keinginan dan kebutuhan konsumen berisi keinginan masyarakat dan harapan masyarakat yang didapat dari survei pasar. Kolom ini juga disebut “*What Room*”.
- b) Kolom B dan Matriks Perencanaan Berisi prioritas keinginan masyarakat dan tingkat kepuasan masyarakat terhadap perusahaan yang dibandingkan bila ada.
- c) Kolom C atau Karakteristik Teknis Berisi bahasa teknis yang mengidentifikasi karakteristik teknis untuk memenuhi kepuasan masyarakat. Secara normal penggambaran teknik disusun dari kebutuhan dan harapan pelanggan di kolom A. Kolom ini disebut juga “*How Room*”
- d) Kolom D atau Matriks Hubungan Berisi pertimbangan tim tentang hubungan yang kuat atau lemah antara kolom A dan kolom C. Dalam pengisian kolom ini digunakan simbol sebagai berikut:
 - ⊙ Menunjukkan hubungan yang kuat antar kedua kolom. Nilai = 9.
 - Menunjukkan hubungan yang sedang antar kedua kolom. Nilai = 3.
 - △ Menunjukkan hubungan yang lemah antar kedua kolom. Nilai = 1. (kosong)
 - Menunjukkan tidak ada hubungan antar kedua kolom. Nilai = 0

- e) Kolom E atau Matriks Korelasi Berisi hubungan antar karakteristik teknik atau penilaian terhadap pelaksanaan hubungan antar masing-masing karakteristik teknis. Simbol yang digunakan sebagai berikut:
- ++ Menunjukkan korelasi positif kuat
 - + Menunjukkan korelasi positif
 - Menunjukkan korelasi negatif
 - Menunjukkan korelasi negatif kuat (kosong) Menunjukkan tidak ada korelasi
- f) Kolom F atau Matriks Teknis Berisi daftar spesifikasi teknis yang akan memenuhi kebutuhan konsumen. Kolom ini disebut juga “*How Much Room*”.

Pada teori sebenarnya QFD digolongkan ke dalam 4 fase yaitu *product planning* untuk fase pertama yang merupakan proses terjemahan karakteristik kualitas menjadi keinginan pelanggan. Pada fase kedua adalah *part planning* yaitu merupakan perencanaan produk/jasa yang komponennya akan diidentifikasi lebih kritis untuk memenuhi keinginan pelanggan. Fase ketiga adalah *process planning*, dimana melalui fase kedua yaitu matriks perencanaan komponen merupakan komponen penting untuk diidentifikasi yang akan dianalisis lebih lanjut pada fase ketiga. Pada fase ketiga komponen membentuk matriks baris dan kolom untuk membentuk matriks karakteristik. Setiap sel dari *matriks* menunjukkan potensi hubungan antara karakteristik komponen dengan karakteristik proses. Fase keempat merupakan tahap perbaikan yang dilakukan dengan terlebih dahulu melihat fungsi utama, sub fungsi dan apa yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha, kemudian membuat apa yang diharapkan dapat dicapai dalam proses perbaikan.

2.2.9 Penyusunan Skala

Beberapa skala yang biasa digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut (Suliyanto, 2005) :

a. Skala *Likert's*

Skala *likert's* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Langkah-langkah dalam menyusun skala *likert's* adalah

menetapkan variabel yang akan diteliti, menentukan indikator-indikator yang dapat mengukur variabel yang diteliti, menurunkan indikator yang tersebut menjadi daftar pertanyaan (kuesioner). Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala *likert's* mempunyai gradasi sangat positif sampai dengan negatif. Apabila item positif, maka angka terbesar diletakkan pada sangat setuju, sedangkan jika item negatif, maka angka terbesar diletakkan pada sangat tidak setuju, dimana setiap item diberi pilihan respon yang sifatnya tertutup. Banyak pilihan respon biasanya 3, 5, 7, 9, 11. Namun, yang paling banyak digunakan adalah 5 pilihan respon saja. Hal ini karena jika respons terlalu sedikit, maka hasilnya terlalu kasar. Namun sebaliknya, jika respon terlalu banyak, masyarakat akan sulit membedakan antara pilihan respon yang lain. Karena skor yang diberikan pada jawaban sering dijumlahkan, maka skala *likert's* sering disebut dengan *likert's summated rating*. Tingkat pengukuran data yang dalam berskala *likert's* adalah ordinal, Sangat Penting, Baik Kinerja, Kinerja Kurang Baik, Prioritas Berlebihan Rendah Kurang Penting sehingga apabila akan dianalisis dengan statistik parametrik, harus dinaikkan terlebih dahulu menjadi skala *interval*. Contoh skala *likert's* : Pelayanan pada rumah sakit ini apakah sudah sesuai dengan yang saudara harapkan?

- i. Sangat setuju skor 5
- ii. Setuju skor 4
- iii. Cukup setuju skor 3
- iv. Tidak setuju skor 2
- v. Sangat tidak setuju skor 1

b. Skala Guttman

Skala *Guttman* akan memberikan respon yang tegas, yang terdiri atas dua alternatif. Penelitian menggunakan skala ini jika peneliti menginginkan suatu jawaban yang tegas dari suatu permasalahan yang ditanyakan. Jawaban yang diperoleh dari skala ini dapat dilakukan skoring dengan memberi nilai 0 pada jawaban terendah dan nilai satu pada jawaban tertinggi.

Contoh skala *Guttman* :

Apakah saudara puas dengan pelayanan pada rumah sakit ini?

- i. Tidak skor 0
- ii. Puas skor 1

c. Skala *Semantik*

Skala *semantik diferensial* diciptakan oleh Osgood yang pada mulanya ditujukan untuk mengukur arti sebuah nilai-nilai. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap tidak dalam bentuk pilihan ganda atau *check list*, tetapi tersusun dari sebuah garis *kontinu* dimana nilai sangat negatif terletak di sebelah kanan. Dengan demikian, masyarakat akan dapat memberikan jawaban diantara nilai yang sangat positif dengan nilai yang sangat negatif sesuai dengan persepsi masing-masing. Skala yang diperoleh dalam pengukuran dengan menggunakan *semantik diferensial* berskala interval. Karena berskala interval, maka dapat dihitung nilai rata-rata dengan simpangan bakunya.

Contoh skala *semantik diferensial* :

Bagaimana tanggapan Saudara terhadap pelayanan rumah sakit ini? Masyarakat diminta menjawab dengan memberikan titik di sepanjang garis kontinum sesuai dengan tanggapannya.

Dalam penelitian ini skala yang digunakan adalah skala *Likert* yang biasa digunakan oleh para peneliti. Dengan skala : 1. Sangat tidak penting 2. Tidak penting, 3. Cukup penting 4. Penting, 5. Sangat Penting

2.2.10 Pengambilan *Sample* (*Sampling*)

2.2.10.1 Pengertian

Menurut Prof. Dr. Sugiyono dikatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Untuk itu, sampel yang diambil harus *representative* (mewakili). Sedangkan teknik *sampling* adalah merupakan teknik pengambilan sampel.

2.2.10.2 Tujuan Pengambilan Sampel

Tujuan pengambilan sampel adalah untuk memperoleh informasi dengan biaya yang lebih kecil daripada dengan melakukan pemeriksaan keseluruhan, atau dalam hal pemeriksaan yang menyeluruh tidak dapat dilakukan. Keuntungan tambahan dari pengambilan sampel adalah:

1. Informasi-informasi dapat diperoleh lebih cepat. Hal ini karena biaya hanya perlu untuk memeriksa sebagian kecil dari seluruh barang itu.
2. Cara- cara sampling ini dapat dipakai dalam pengetesan atau pengujian-pengujian pada hasil akhir (*finished product*) yang merupakan cara-cara pengujian yang merusak (*destructive*) atau *semi-destructive*.

2.2.10.3 Cara-cara *sampling*

Menurut Prof. Dr. Sugiyono, teknik *sampling* dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu:

1. *Probability sampling*

Probability sampling adalah teknik *sampling* (teknik pengambilan sampel) yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Probability sampling* meliputi *simple random*, *proportianite stratified random*, *disproportionate stratified random* dan *area random*.

2. *Non probability sampling*

Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang / kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Non probability sampling* meliputi: *sampling* sistematis , *sampling* kuota , *sampling* aksidental , *purposive sampling* , *sampling* jenuh , dan *snowball sampling*.

2.2.11 Validitas dan Reliabilitas

2.2.11.1 Validitas

Dalam suatu penelitian, instrumen pengukuran berupa kuesioner terlebih dahulu harus diuji validitas dan reliabilitasnya. Hal tersebut bertujuan agar data kuesioner yang didapatkan dapat mendukung penelitian dan mendapatkan hasil sesuai dengan tujuan. Azwar (2000) dalam bukunya menjelaskan arti validitas adalah ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrumen dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Tes yang menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah. Suatu alat ukur yang valid, tidak sekedar mampu mengungkapkan data dengan tepat akan tetapi juga harus memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut. Dasar pengambilan keputusan valid sebuah instrumen penelitian adalah jika nilai r hitung $>$ r tabel. Secara umum ada 2 cara pengujian validitas yaitu dengan korelasi *Bivariate Pearson* dan *Correlated ItemTotal Corelation*. Analisis menggunakan metode *Bivariate Pearson* dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor pertanyaan dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Uji validitas menggunakan metode *Bivariate Pearson* dihitung menggunakan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{N \sum x^2 - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{N \sum y^2 - (\sum y)^2}} \dots \dots \dots (2.3)$$

Keterangan:

- r_{xy} = koefisien relasi
- x = skor pertanyaan
- y = skor total
- n = banyaknya objek

Analisis menggunakan *Correlated Item-Total Corelation* dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor pertanyaan dengan skor total dan melakukan

koreksi terhadap nilai koefisien korelasi yang overestimasi. Perhitungan menggunakan *Correlated Item-Total Correlation* cocok digunakan pada skala yang menggunakan jumlah pertanyaan yang sedikit, karena pada kuesioner dengan jumlah pertanyaan yang banyak penggunaan korelasi *Bivariate Pearson* (tanpa koreksi) efek *over estimasi* yang dihasilkan tidak terlalu besar.

2.2.11.2 Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama. Tingkat reliabilitas dapat diukur dengan *cronbach's alpha*. Metode *cronbach's alpha* cocok digunakan pada skor jawaban berbentuk skala atau rentang. Jika nilai *cronbach's alpha* mendekati 1 maka semakin tinggi tingkat keandalan alat ukur tersebut. Dasar pengujian reliabilitas sama dengan validitas yaitu dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel. Namun, pada pengujian *reliabilitas* nilai *r* hitung diwakilkan oleh *cronbach's alpha*. Uji reliabilitas menggunakan metode *cronbach's alpha* dihitung menggunakan rumus:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum a_b^2}{a_b^2} \right] \dots\dots\dots(2.4)$$

Keterangan:

r_{11} = *reabilitas instrument*

k = banyaknya item pertanyaan

$\sum a_b^2$ = jumlah varian atribut

a_b^2 = varian total

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendahuluan

Langkah- langkah penelitian perlu disusun secara baik untuk mempermudah penyusunan laporan penelitian adapun langkah-langkah penelitian dapat dipresentasikan pada gambar 3.1

3.2 Objek penelitian

Penelitian dilakukan di Terminal Jombor yang bergerak di bidang transportasi yang terletak di Sleman, Yogyakarta. Dan yang menjadi objek penelitian adalah masyarakat yang berada di Terminal secara random. Penelitian ini dilaksanakan tanggal 23 juli – 8 agustus 2016. Dengan melakukan survei terlebih dahulu bagaimana situasi dan kondisi di terminal, kemudian dilanjutkan dengan penyebaran kuesioner.

3.3 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini, dilakukan identifikasi masalah apa saja yang diperlukan untuk meningkatkan jasa pelayanannya dengan melakukan perbaikan. Terutama yang sifatnya terus-menerus (*continual improvement*). Dan melakukan langkah – langkah *inovativ* (*innovative process*). Sehingga mampu memuaskan masyarakat yang menggunakan fasilitas dan layanan yang ditawarkan oleh terminal. Oleh karena itu penelitian terfokus pada apa yang menjadi atribut layanan. Batasan masalah adalah salah satu cara agar

suatu penelitian tidak menyimpang jauh dari tujuan semula. Karena banyaknya faktor maka batasan masalah yang harus dilakukan antaranya:

a) Obyek penelitian

Penelitian dilaksanakan di Terminal Jombor, Sleman Yogyakarta dengan kondisi dan keadaan seperti yang ada pada saat penelitian berlangsung.

b) Tingkat Pelayanan

Yang dinilai kualitasnya adalah pelayanan jasa mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan terminal Jombor.

c) Metode yang digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Servqual – Qfd*.

3.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah penelitian ini disusun berdasarkan uraian yang ada dalam bab 1 mengenai latar belakang masalah. Perumusan masalah merupakan suatu usaha untuk memformulasikan atau mencari inti permasalahan yang ingin dipecahkan dalam suatu penelitian, inti dari permasalahan yang ingin dicapai disini adalah pengukuran kepuasan pelayanan yang diberikan pihak manajemen terminal. yaitu apakah kualitas pelayanan yang diberikan telah memenuhi harapan jika belum prioritas apa yang dilakukan untuk meningkatkan pelayanan. Dari inti permasalahan tersebut selanjutnya dijabarkan dalam beberapa pertanyaan untuk selanjutnya harus terjawab dengan dilakukannya penelitian ini.

3.5 Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penentuan tujuan dan manfaat penelitian perlu dilakukan sebelum penelitian karena tujuan dan manfaat tersebut dapat memberikan arahan bagi peneliti untuk mencapai sasaran yang diinginkan. Tujuan dan manfaat penelitian itu sendiri diperoleh berdasarkan hasil tahap perumusan masalah penelitian yang dilakukan sebelumnya, yang intinya merupakan usaha untuk mencari jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang menjadi inti permasalahan dalam penelitian. Dari inti permasalahan diatas, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pelayanan jasa terminal yang

diberikan pihak manajemen selama ini telah memenuhi harapan atau keinginan para konsumen. Dengan kata lain, dengan dilakukannya penelitian ini maka diharapkan dapat diketahui gambaran mengenai kualitas pelayanan jasa yang diberikan pihak manajemen terminal maupun harapan dan kinerja dari konsumen, serta diharapkan pula didapat suatu informasi sebagai masukan bagi manajemen dalam rangka perbaikan kualitas pelayanan guna mencapai kepuasan pengguna jasa terminal tersebut.

3.6 Pengumpulan data

Agar dalam penelitian dapat berjalan dengan baik serta sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai maka diperlukan langkah – langkah yang terstruktur.

Data yang diperlukan :

3.6.1 Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari konsumen berupa jawaban pertanyaan dalam kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat yang ada di terminal Jombor, Sleman Yogyakarta. Data primer yang dibutuhkan meliputi:

- a) Data tingkat kepuasan yang dirasakan (*Perceived value*) konsumen terhadap kualitas layanan yang diterima.
- b) Data tingkat harapan (*expected value*) konsumen terhadap kualitas yang diinginkan konsumen

Dalam kuesioner , atribut yang ditanyakan kepada konsumen harus *valid* dan *reabilitas* selain itu juga jumlah data yang dikumpulkan harus memenuhi dari segi kuantitas jumlah. Untuk itu diperlukan juga uji kecukupan data.

3.6.2 Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang didapatkan dengan mempelajari literatur yang berhubungan dengan penelitian dan dokumen – dokumen jurnal. Data ini berhubungan tentang petunjuk dalam pelaksanaan penelitian dan semua informasi yang berguna

dalam penyusunan laporan. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan tools yaitu : *SERVQUAL*. Jawaban yang diterima dari para masyarakat atas pertanyaan yang diajukan dalam *SERVQUAL* bersifat tertutup, artinya setiap pertanyaan yang diajukan sudah memiliki kriteria jawaban yang telah disediakan sebagai berikut :

Skala yang digunakan adalah Skala *Likert* dengan 5 butir.

1 = Sangat tidak Penting

2 = Tidak Penting

3 = Cukup Penting

4 = Penting

5 = Sangat Penting

Jangkauan dari skala *Likert* dengan 5 butir

$$Range = \text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

Banyaknya butir

1 <= score <= 1.8 : Sangat tidak penting

1.8 < score <= 2.6 : Tidak penting

2.6 < score <= 3.4 : Cukup penting

3.4 < score <= 4.2 : penting

4,2 < score <= 5.0 : Sangat penting

Berikut ini merupakan atribut penelitian yang akan dilakukan analisa, untuk menentukan atribut kebutuhan konsumen *Hoq*, menggunakan *servqual*.

Tangible :

- a) Tersedianya Tempat parkir yang memadai
- b) Tersedianya tempat duduk halte yang memadai
- c) Tersedianya fasilitas WC yang memadai
- d) Memadainya Mushola/tempat ibadah
- e) Kebersihan dan Kerapihan terminal yang baik
- f) Plang penunjuk /informasi di terminal yang jelas
- g) Jalur masuk dan keluar kendaraan yang memadai/luas

Reliability:

- h) Petugas terminal mampu menyelesaikan masalah yang anda alami
- i) Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti

- j) kemudahan memperoleh informasi

Responsiveness

- k) Kecepatan pelayanan loket tiket bus resmi
- l) Berusaha menawarkan bantuan tanpa diminta terlebih dahulu
- m) Respon/kesigapan petugas dalam menangani keluhan penumpang

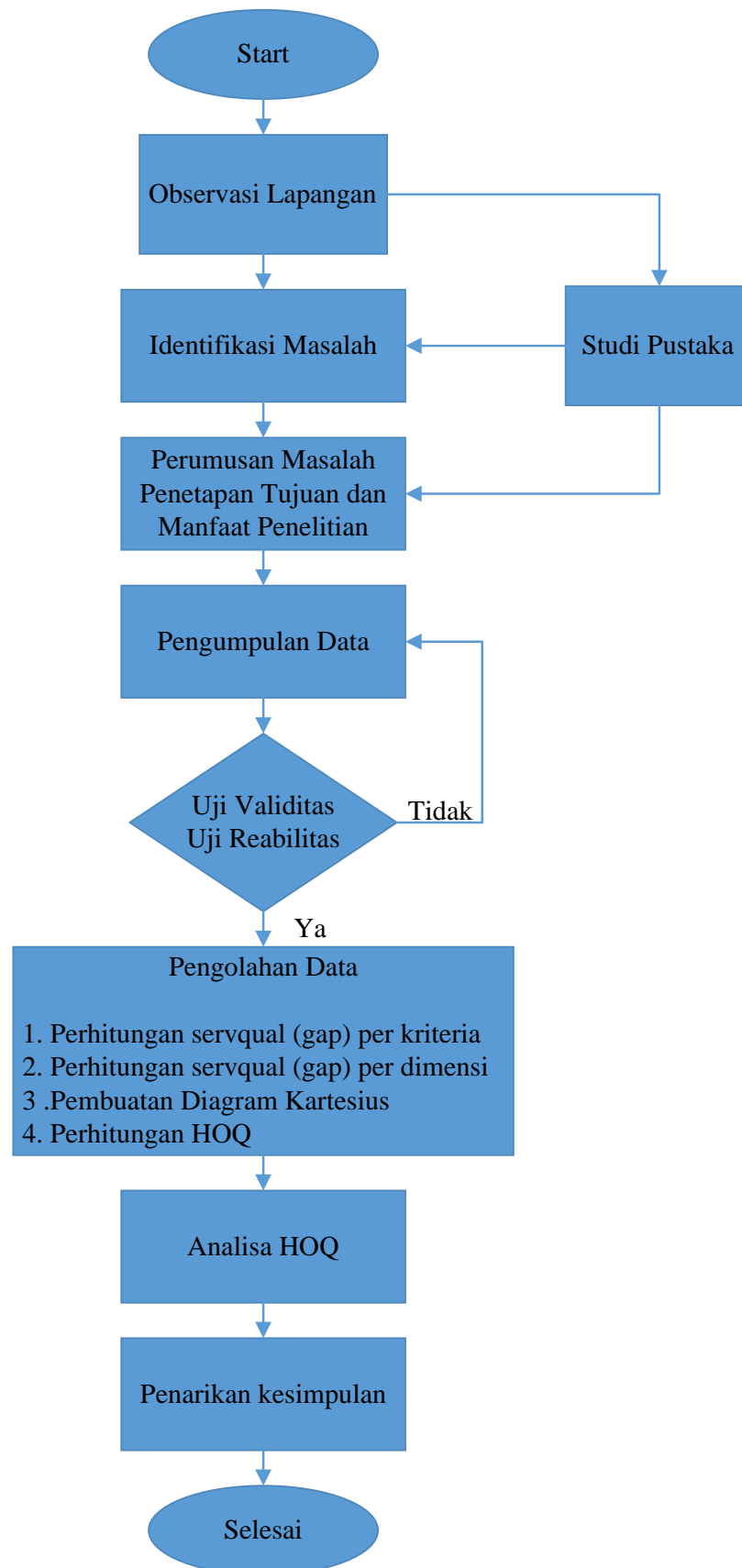
Assurance

- n) Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan layanan terbaik
- o) Petugas ramah melayani calon penumpang
- p) Petugas mampu memberikan keamanan dan kenyamanan pada calon penumpang

Emphaty

- q) 17. Petugas memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial
- r) 18. Petugas memberikan perhatian personal terhadap calon penumpang yang mengalami kesulitan.

Status masyarakat akan gugur/tidak valid apabila ditemukan ada salah satu pertanyaan yang diajukan dalam *SERVQUAL* tersebut tidak terjawab atau kosong. Berikut merupakan *flowchart* dari alur penelitian yang akan dilakukan:



Gambar 3.1 **Langkah Penelitian**

Sumber: dokumentasi penelitian

3.7 Metode Analisis

Setelah data terkumpul dari hasil penyebaran kuisisioner *SERVQUAL*, selanjutnya dilakukan kegiatan analisis data. Kegiatan analisis data ini terdiri dari empat tahap yaitu:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap awal ini dilakukan beberapa kegiatan antara lain :

- a) Memindahkan isi data kuisisioner tertulis kedalam bentuk digital dengan menggunakan alat bantu komputer dengan *software Microsoft Excel*, dan menggunakan SPSS 24.0 untuk memudahkan pengolahan data.
- b) Memeriksa kelengkapan isian data oleh masyarakat.
- c) Memisahkan data-data yang dianggap tidak valid.

2. Tahap Tabulasi

Pada tahap ini data *SERVQUAL* dikelompokkan kedalam tabel frekuensi untuk mempermudah pengolahan data.

Tabel 3.1 Contoh Tabel Frekuensi Untuk Satu Pertanyaan

Expectation	f	X	f.X	%
Sangat tidak setuju		1		
Tidak setuju		2		
Netral		3		
Setuju		4		
Sangat setuju		5		
Total				100

Selanjutnya akan dihitung rata-ratanya dengan rumus sebagai berikut :

$$\bar{x} = \frac{\sum fx}{n} \dots\dots\dots(3.1)$$

3. Tahap Perhitungan

Pada tahap ini dilakukan beberapa kegiatan antara lain :

- a) Perhitungan GAP *SERVQUAL*

GAP didapat dengan cara mengurangi nilai Persepsi dengan nilai Ekspektasi (Persepsi – Ekspektasi).

- b) Kemudian nilai *servqual* dimasukkan ke dalam diagram *kartesianus* untuk menentukan *VOC* (*voice of costumer*) dari *HOQ*. Yang selanjutnya akan di analisis atribut apa yang diprioritaskan dari *matriks HOQ* (*House of Quality*) tersebut untuk dilihat apa yang menjadi prioritas perbaikan dari yang tertinggi dan yang terendah.

3.8 Pengambilan sampel

3.8.1 Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel secara tidak acak (*non probability sampling*) adalah metode *sampling* yang setiap anggota populasinya tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel, bahkan *probabilitas* anggota populasi tertentu untuk terpilih tidak diketahui. Pengambilan sampel secara tidak acak terdiri dari beberapa macam seperti, *Accidental Sampling* (*Convenience Sampling*), *Purposive Sampling* (*Judgmental Sampling*), *Quota Sampling*, dan *Snowball Sampling*. Didalam penelitian ini menggunakan metode *quota sampling* karena jumlah populasi yang tidak diketahui yang mengalami pasang surut selain itu juga terbatasnya waktu dan biaya yang di butuhkan . *Quota sampling* itu sendiri adalah suatu teknik pengambilan sampel dimana sampel diambil dari suatu sub populasi yang mempunyai batasan jumlah atau kuota tertentu yang diinginkan. Kuesioner yang digunakan untuk penelitian sebanyak 100 kuesioner. Berdasarkan perhitungan *Lemeshow*. Untuk mengurangi resiko data yang cacat maka kuesioner yang disebar sebanyak 110 kuesioner. Didalam kuesioner terapat 5 dimensi *servqual* dan 18 atribut.

3.8.2 Penentuan jumlah sampel

Pada penelitian ini jumlah masyarakat yang menggunakan layanan terminal tidak diketahui dengan pasti sehingga untuk menghitung jumlah sampel minimum yang dibutuhkan menggunakan formula *Lemeshow* untuk populasi yang tidak diketahui.

$$n = \frac{z^2 \times P(1-P)}{d^2} \dots \dots \dots (3.2)$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah $96,04 = 100$ orang sehingga pada penelitian ini setidaknya harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang.

3.9 Pengujian Alat Ukur

3.9.1 Uji Validitas

Pada tahap ini dilakukan awal data hasil kuesioner yaitu keharusan kuesioner bersifat valid dan reliabel. Syarat alat ukur dikatakan valid apabila koefisien korelasi antara skor item dengan total skor atribut adalah lebih besar dari nilai kritis. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah butir-butir pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner yang digunakan sebagai alat pengumpul data betul-betul valid dan mampu mengukur konsep yang akan diukur dalam penelitian ini. Validitas alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk. Validitas konstruk dilakukan untuk menguji kevalidan tiap atribut kuesioner terhadap konstruksinya. Penggunaan *validitas* konstruk dapat dipandang sebagai suatu konsep yang menyatukan bukti *validitas* untuk semua tipe validitas, termasuk validitas isi dan *criterion-related validity* (Azwar, 2000).

3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji *reliabilitas* dilakukan untuk mengetahui apakah butir-butir pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner yang digunakan sebagai alat pengumpul data betul-betul *reliabel* dalam arti bahwa alat pengumpul data tersebut tetap konsisten untuk mengukur suatu gejala yang sama dari beberapa masyarakat. Koefisien reliabilitas berkisar antara 0.00 - 1.00. Dalam uji reliabilitas ini banyak cara yang dapat dilakukan, tetapi dalam penelitian ini

menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Nilai *correlated item-total correlation* dalam suatu indikator agar dinyatakan handal adalah minimal 0.50 (Hair J.F., 2010). Alat ukur dikatakan reliabel jika memiliki koefisien alpha lebih besar dari 0,50. Kuisisioner dikatakan *reliabel* jika r hasil lebih besar dari r tabel (r hasil $>$ r tabel), dengan r tabel. Semakin besar nilai *alpha Cronbach*, maka semakin tinggi tingkat reliabilitas penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, penghitungan validitas menggunakan *Microsoft Excel* dan reliabilitas menggunakan *software SPSS 24 for windows*. Dalam penelitian ini, uji keandalan setiap variabel diukur dengan menggunakan *Cronbach's alpha*. Ada tiga alasan peneliti menggunakan uji *Cronbach's alpha*. Pertama, karena teknik ini merupakan teknik pengujian keandalan kuesioner yang paling sering digunakan (Bryman dan Bell, 2007). Kedua, dengan melakukan uji *Cronbach's alpha* maka akan terdeteksi indikator-indikator yang tidak konsisten (Azwar, 2000). Ketiga, uji keandalan yang digunakan dengan menggunakan *Cronbach's alpha*. *Cronbach's Alpha* merupakan sebuah ukuran keandalan yang memiliki nilai berkisar dari nol sampai satu (Hair, J.F., 2010). Nilai tingkat keandalan *Cronbach's Alpha* dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini (Tabel 3.1).

Tabel 3.2 Tingkat keandalan *Cronbach's Alpha*

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Tingkat Keandalan
0.0 – 0.20	Kurang Andal
>0.20 – 0.40	Agak Andal
>0.40 – 0.60	Cukup Andal
>0.60 – 0.80	Andal
>0.80 – 1.00	Sangat Andal

BAB IV

PENGUMPULAN DATA DAN PENGOLAHAN DATA

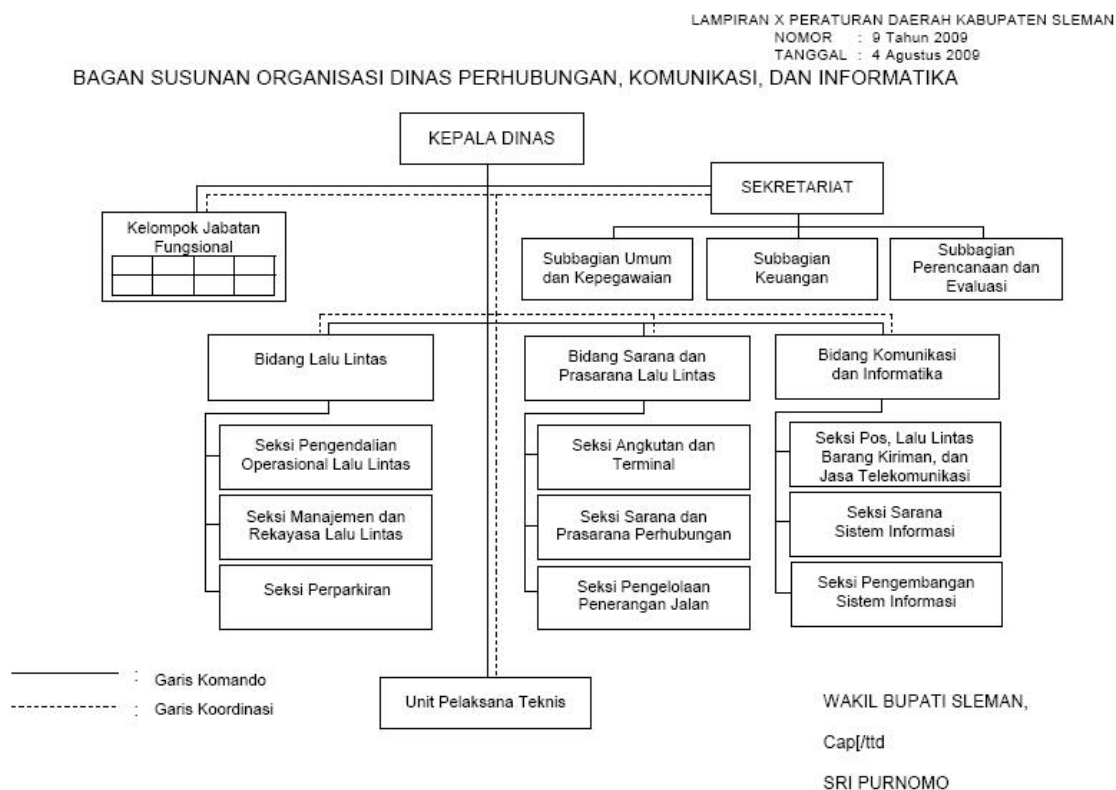
4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.2 Profil Terminal Jombor

Terminal Jombor merupakan prasarana transportasi yang terdata masuk dalam wilayah kabupaten Sleman dan menjadi tempat tersibuk dalam melayani aktifitas transportasi darat. Terminal Jombor adalah terminal yang menjadi tempat pemberhentian ataupun keberangkatan bus-bus yang menuju ke arah utara dari Yogyakarta, seperti Semarang dan Magelang. Selain itu Terminal Jombor juga melayani alur perjalanan dari dan ke Solo – Prambanan – Yogyakarta – Borobudur – Wonosobo dan luar provinsi lainnya. Terminal Jombor adalah terminal tipe A di Yogyakarta yang terletak di Desa Sinduadi, Sleman. Pada awalnya terminal dibagian paling utara Jogja ini adalah terminal tipe B, namun seiring meningkatnya Bus AKAP dan AKPD mangkal di terminal ini akhirnya ditingkatkan menjadi terminal tipe A, untuk membantu mendistribusikan penumpang dari dan menuju dalam kota Jogja bagian utara selain dari Terminal Induk Giwangan yang terletak dibagian selatan kota.

Terminal Jombor merupakan program pemerintahan Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika (Dishub & Kominfo) dibawah naungan bidang seksi angkutan dan terminal. Meskipun tidak sebesar Terminal Giwangan, tetapi Angkutan Kota Antar Provinsi (AKAP), Angkutan Kota Dalam Provinsi (AKDP), Trans Jogja dan

travel bisa singgah di Terminal Jombor. Terminal Jombor berdiri sejak tahun 1990 an sebelum Dishub & kominfo berdiri.



Gambar 4.1 Struktur organisasi terminal Jombor

Sumber: <http://hubkominfo.slemankab.go.id/>

4.1.3 Visi dan Misi

Terminal bus Jombor merupakan program dari pemerintah, maka visi dan misi disesuaikan dengan visi dan misi Dishub & Kominfo Kabupaten Sleman (2015). Berikut ini adalah visi dan misi terminal bus Jombor.

4.1.3.1 Visi

Visi Kabupaten Sleman 2011-2015 adalah “Terwujudnya Masyarakat Sleman Yang Lebih Sejahtera Lahir Batin, Berdaya Saing Dan Berkeadilan Gender Pada Tahun 2015”

Dalam menjabarkan Visi Kabupaten Sleman, Visi Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sleman adalah “ Terwujudnya Lalu Lintas Orang, Barang Dan Informasi Yang Lebih Efektif, Selamat, Aman, Nyaman, Profesional Dan Terjangkau Di Dukung Penerapan E-Government Yang Cerdas Dan Dinamis Tahun 2015 ”

Penjelasan Visi :

1. Lalu lintas orang, barang dan informasi : suatu bentuk perpindahan dari satu tempat ke tujuan yang diharapkan atau sasaran
2. Efektif : merupakan suatu bentuk pencapaian hasil yang sesuai dengan tujuan seperti yang telah ditetapkan / direncanakan
3. Selamat, Aman, Nyaman : merupakan suatu bentuk rasa kepuasan yang diharapkan atau diinginkan
4. Profesional : ahli dibidangnya
5. Terjangkau ; masih dalam taraf kewajaran
6. E- Government yang cerdas dan dinamis : adalah penggunaan teknologi informasi oleh pemerintah untuk memberikan informasi dan pelayanan bagi warganya serta hal-hal lain yang berkenaan dengan pemerintahan, sepenuhnya pengembangannya diserahkan kepada instansi pengelola.

4.1.3.2 Misi

Untuk mewujudkan Visi Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika maka ditetapkan Misi sebagai berikut :

1. Meningkatkan kualitas lalu lintas orang, barang dan jasa
2. Merupakan upaya Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika untuk memberikan pelayanan kebutuhan mobilitas masyarakat dengan meningkatkan keselamatan, keamanan dan kenyamanan berlalu lintas yang optimal bagi pengguna
3. Meningkatkan kualitas pelayanan komunikasi dan informatika Merupakan upaya Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika untuk memberikan pelayanan maksimal dalam hal komunikasi dan informatika
4. Meningkatkan kapabilitas dan kualitas organisasi Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika

5. Merupakan upaya Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika untuk meningkatkan kemampuan sumber daya yang dimiliki guna memberikan pelayanan yang terbaik.

4.2 Menentukan Atribut Penelitian

Atribut penelitian merupakan atribut yang dapat dianalisa untuk mewujudkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Atribut-atribut ini merupakan penjabaran dari 5 (lima) dimensi yang digunakan dalam *SERVQUAL* yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Setelah melakukan studi literature yang sesuai dengan topik penelitian, maka digunakan daftar pernyataan menurut dimensi-dimensi *SERVQUAL* sebagai berikut :

Tangible :

1. Tersedianya Tempat parkir yang memadai
2. Tersedianya tempat duduk halte yang memadai
3. Tersedianya fasilitas WC yang memadai
4. Memadainya Mushola/tempat ibadah
5. Kebersihan dan Kerapihan terminal yang baik
6. Plang penunjuk arah/informasi diterminal yang jelas
7. Jalur masuk dan keluar kendaraan yang memadai/luas

Reliability:

8. Petugas terminal mampu menyelesaikan masalah yang anda alami
9. Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti
10. kemudahan memperoleh informasi

Responsiveness

11. Kecepatan pelayanan loket tiket bus resmi
12. Berusaha menawarkan bantuan tanpa diminta terlebih dahulu
13. Respon/kesigapan petugas dalam menangani keluhan penumpang

Assurance

14. Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan layanan terbaik
15. Petugas ramah melayani calon penumpang
16. Petugas mampu memberikan keamanan dan kenyamanan pada calon penumpang

Emphaty

17. Petugas memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial
18. Petugas memberikan perhatian personal terhadap calon penumpang yang mengalami kesulitan.

4.2.1 Penyusunan Kuesioner *Servqual*

Kuesioner ini disusun untuk mengukur kualitas pelayanan yang ada di terminal Jombor. Bagian ini merupakan bagian yang mengukur ekspektasi dan kinerja, yang terdiri dari 18 pertanyaan. Masyarakat diminta memberikan penilaian terhadap tingkat *ekspektasi* dan tingkat kinerja menggunakan skala Likert dengan kisaran 1-5.

Skala *Likert* yang digunakan adalah sebagai berikut :

Tingkat Harapan pengguna layanan terhadap pelayanan yang ada di terminal Jombor.

Sangat Tidak Penting	= 1
Tidak Penting	= 2
Cukup Penting	= 3
Penting	= 4
Sangat Penting	= 5

Tingkat Kinerja pengguna layanan terhadap pelayanan yang ada di terminal Jombor.

Sangat Tidak Puas	= 1
Tidak Puas	= 2
Cukup Puas	= 3
Puas	= 4
Sangat Puas	= 5

Bentuk dari kuesioner dapat dilihat pada lampiran 1.

4.3 Pengumpulan dan Pengolahan Data

4.3.1 Hasil Penyebaran Kuesioner

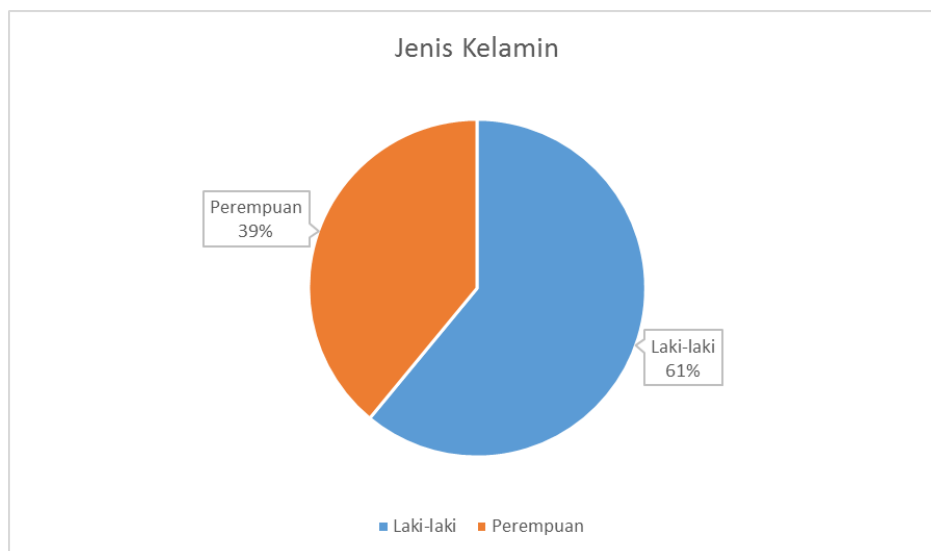
Jumlah Kuesioner yang disebar sebanyak 110 buah, mengacu pada jumlah kuesioner menggunakan teknik pengambilan *quota sampling* dan kecukupan data sampel sebanyak 100 buah. Alasan disebar sebanyak 110 buah karena untuk berjaga-jaga bila kuesioner yang disebar terdapat kuesioner yang cacat. Penyebaran kuesioner ini dilakukan dengan menyebarkan sendiri ke Terminal Jombor, Sleman Yogyakarta. Penyebaran kuesioner ini dilakukan selama 3 hari mulai dari tanggal 6 – 8 Agustus 2016. Dari 110 kuesioner yang disebar data yang tidak dapat diolah sebanyak 7 dikarenakan sebagian masyarakat hanya mengisi data demografi saja dan ada yang tidak lengkap mengisi data. Sehingga tersisa 103 kuesioner. Namun kuesioner yang tetap diolah adalah sebanyak 100 kuesioner, karena telah mencukupi jumlah minimum kecukupan data sampel menggunakan metode *Lemeshow*. Rekapitulasi pembagian kuesioner secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4.2 Rekapitulasi Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang dibagi	110
Kuesioner yang kembali	103
Kuesioner yang tidak kembali	7
Kuesioner yang diolah	100

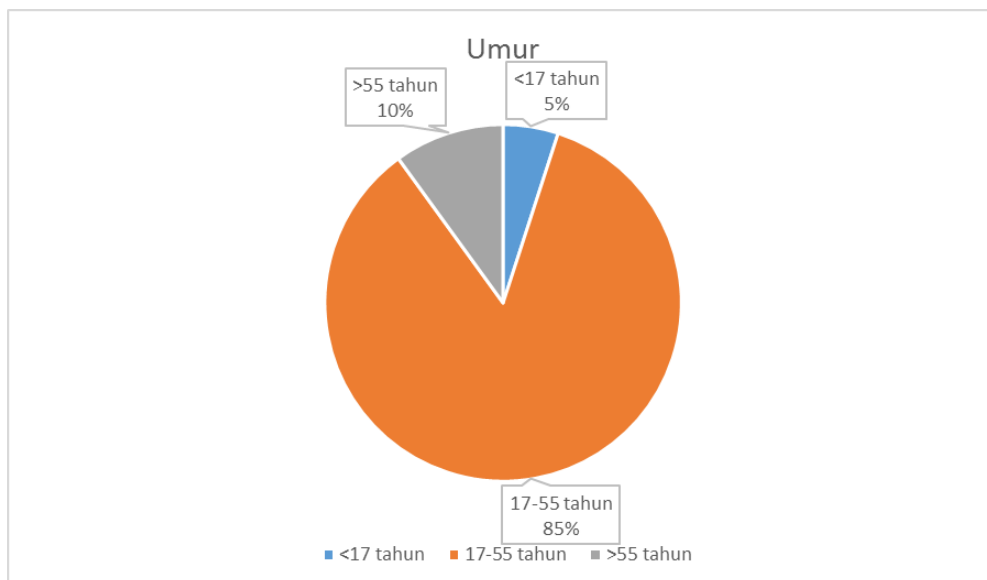
4.3.2 Profil Responden

Dari pembagian kuesioner didapatkan data mengenai profil konsumen pengguna Terminal Jombor. Dari 100 konsumen, Laki-laki mendominasi lebih dari setengahnya, yaitu sebanyak 61 atau sebesar 61%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.1.



Gambar 4.2 **Grafik rekapitulasi profil masyarakat berdasarkan jenis kelamin**
Sumber: dokumentasi penelitian

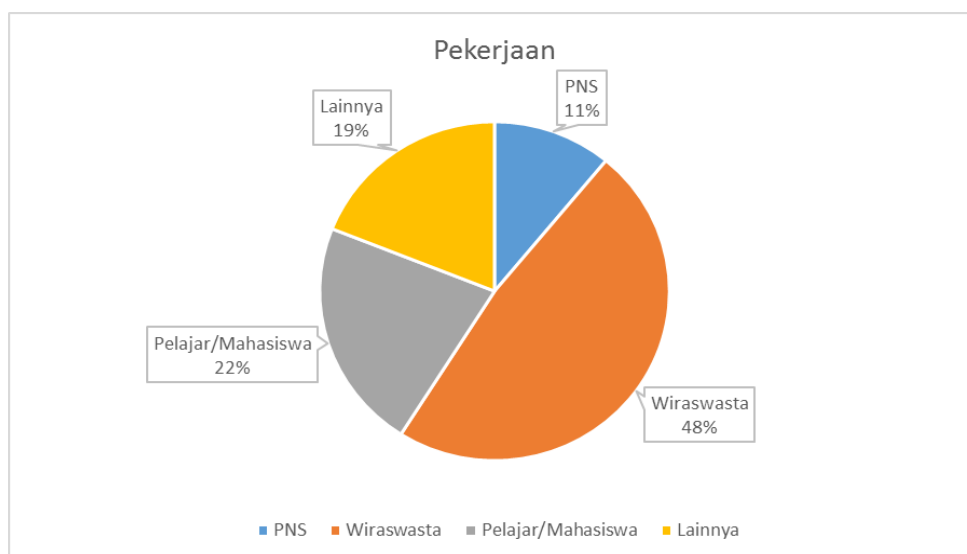
Sedangkan jumlah konsumen berdasarkan kisaran umur <17 tahun dengan persentase sebesar (5%) atau sebanyak 5 konsumen, diikuti oleh kisaran umur 17-55 tahun (85%), sebanyak 85 konsumen, kisaran umur >55 tahun (10%) sebanyak 10 konsumen, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.2.



Gambar 4.3 Grafik rekapitulasi profil masyarakat berdasarkan umur

Sumber: dokumentasi penelitian

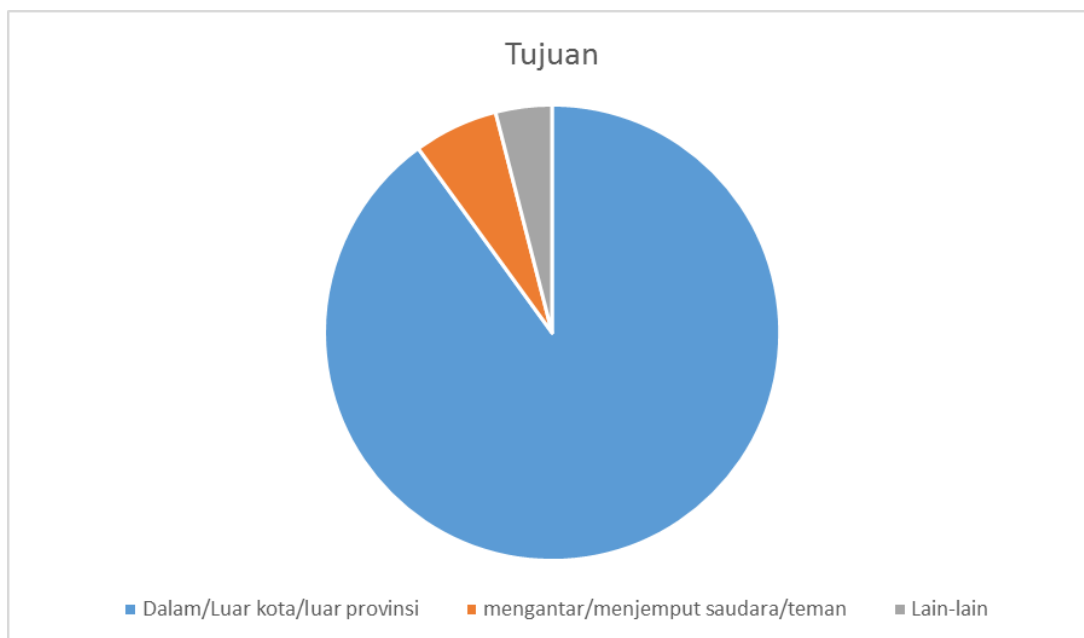
Untuk pekerjaan konsumen, jumlah Pelajar/Mahasiswa yaitu sebanyak 22 konsumen (22%). Wiraswasta dengan jumlah 48 konsumen (48%), PNS dengan jumlah 11 konsumen (11%), dan yang memilih lainnya dengan jumlah 19 konsumen (19%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.3 dibawah ini.



Gambar 4.4 Grafik rekapitulasi profil masyarakat berdasarkan pekerjaan

Sumber: dokumentasi penelitian

Untuk tujuan konsumen, konsumen memilih Tujuan dalam/luar kota/luar provinsi sebanyak 92 konsumen (90%), selanjutnya memilih mengantar/menjemput saudara 6 konsumen (6%), dan yang terakhir memilih lainnya sebanyak 4 konsumen (4%) untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.4



Gambar 4.5 Grafik rekapitulasi profil masyarakat berdasarkan Tujuan
Sumber: dokumentasi penelitian

4.3.3 Perhitungan Skor *Ekspektasi* Masyarakat

Pada bagian ini akan diperlihatkan cara perhitungan nilai ekspektasi masyarakat. Tingkat kepentingan merupakan variabel yang dapat diukur untuk mengetahui sejauh mana masyarakat menilai penting tidaknya suatu atribut kebutuhan masyarakat. Jika atribut kebutuhan pelanggan itu penting bagi pelanggan harus diketahui pula seberapa pentingnya.

Perhitungan nilai rata-rata tingkat kepentingan dilakukan dengan pembobotan, dimana untuk penilaian tingkat kepentingan digunakan skala dan bobot sebagai berikut:

Sangat penting/puas = 5

Penting/puas = 4

Cukup penting/puas = 3

Tidak penting/puas = 2

Sangat tidak penting/puas = 1

Rumus yang digunakan dalam perhitungan nilai rata-rata masing-masing item atribut pelayanan adalah:

$$Y_i = \frac{(E1 \times 1) + (E2 \times 2) + (E3 \times 3) + (E4 \times 4) + (E5 \times 5)}{N} \dots\dots\dots(4.1)$$

Dimana Y_i = skor ekspektasi masyarakat terhadap atribut pelayanan i

$E1$ = jumlah masyarakat yang menjawab 'sangat tidak penting/puas'

$E2$ = jumlah masyarakat yang menjawab 'tidak penting'

$E3$ = jumlah masyarakat yang menjawab 'cukup tidak penting'

$E4$ = jumlah masyarakat yang menjawab 'penting'

$E5$ = jumlah masyarakat yang menjawab 'sangat penting'

N = jumlah masyarakat

Tabel 4.3 Tingkat Ekspektasi Terhadap Pelayanan

No	Atribut pelayanan	Σ Ekspektasi	Rata-rata
1	Tersedianya Tempat parkir yang memadai	298	2,980
2	Tersedianya tempat duduk halte yang memadai	306	3,060
3	Tersedianya fasilitas WC yang memadai	306	3,060
4	Memadainya mushola/tempat ibadah	299	2,990
5	Kebersihan dan kerapihan terminal yang baik	297	2,970
6	Plang penunjuk arah/informasi diterminal yang jelas	310	3,100
7	Jalur masuk dan keluar kendaraan yang memadai/luas	286	2,860
8	Petugas terminal mampu menyelesaikan masalah yang anda alami.	289	2,890
9	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	323	3,230

No	Atribut pelayanan	Σ Ekspektasi	Rata-rata
10	Kemudahan memperoleh informasi	310	3,100
11	Kecepatan pelayanan loket tiket bus resmi	266	2,660
12	Berusaha menawarkan bantuan tanpa diminta terlebih dahulu	288	2,880
13	Respon/kesigapan petugas dalam menangani keluhan penumpang	299	2,990
14	Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik	305	3,050
15	Petugas ramah melayani calon penumpang	300	3,000
16	Petugas mampu memberikan keamanan dan kenyamanan pada calon penumpang	290	2,900
17	Petugas memberikan pelayanan yang baik tanpa memandang status sosial	298	2,980
18	Petugas memberikan perhatian personal terhadap calon penumpang yang mengalami kesulitan	322	3,220

4.3.4 Perhitungan Skor Kinerja

Pada bagian ini akan diperlihatkan cara perhitungan nilai kinerja . Tingkat kepentingan merupakan variable yang dapat diukur untuk mengetahui sejauh mana masyarakat menilai penting tidaknya suatu atribut kebutuhan masyarakat. Jika atribut kebutuhan pelanggan itu penting bagi pelanggan harus diketahui pula seberapa pentingnya.

Perhitungan nilai rata- rata tingkat kepentingan dilakukan dengan pembobotan, dimana untuk penilaian tingkat kepentingan digunakan skala dan bobot sebagai berikut:

Sangat penting/puas	= 5
Penting/puas	= 4
Cukup penting/puas	= 3
Tidak penting/puas	= 2

Sangat tidak penting/puas = 1

Rumus Yng digunakan dalam perhitungan nilai rata-rata masing-masing item atribut pelayanan adalah:

$$Y_i = \frac{(K1 \times 1) + (K2 \times 2) + (K3 \times 3) + (K4 \times 4) + (K5 \times 5)}{N} \dots\dots\dots(4.2)$$

Dimana Yi= skor ekspektasi masyarakat terhadap atribut pelayanan i
 E1= jumlah masyarakat yang menjawab ‘sangat tidak penting/puas’
 E2= jumlah masyarakat yang menjawab ‘tidak penting/puas’
 E3= jumlah masyarakat yang menjawab ‘cukup tidak penting/puas’
 E4= jumlah masyarakat yang menjawab ‘penting/puas’
 E5= jumlah masyarakat yang menjawab ‘sangat penting/puas’
 N= jumlah masyarakat

Tabel 4.4 Tingkat Kinerja Terhadap Pelayanan

No	Atribut pelayanan	∑ Kinerja	Rata-rata
1	Tersedianya Tempat parkir yang memadai	285	2,850
2	Tersedianya tempat duduk halte yang memadai	303	3,030
3	Tersedianya fasilitas WC yang memadai	276	2,760
4	Memadainya mushola/tempat ibadah	304	3,040
5	Kebersihan dan kerapihan terminal yang baik	316	3,160
6	Plang penunjuk arah/informasi diterminal yang jelas	310	3,100
7	Jalur masuk dan keluar kendaraan yang memadai/luas	281	2,810
8	Petugas terminal mampu menyelesaikan masalah yang anda alami.	307	3,070
9	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	294	2,940
10	Kemudahan memperoleh informasi	306	3,060

No	Atribut pelayanan	Σ Kinerja	Rata-rata
11	Kecepatan pelayanan loket tiket bus resmi	300	3,000
12	Berusaha menawarkan bantuan tanpa diminta terlebih dahulu	287	2,870
13	Respon/kesigapan petugas dalam menangani keluhan penumpang	296	2,960
14	Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik	293	2,930
15	Petugas ramah melayani calon penumpang	280	2,800
16	Petugas mampu memberikan keamanan dan kenyamanan pada calon penumpang	287	2,870
17	Petugas memberikan pelayanan yang baik tanpa memandang status sosial	307	3,070
18	Petugas memberikan perhatian personal terhadap calon penumpang yang mengalami kesulitan	302	3,020

4.3.5 Uji Validitas dan Reabilitas

Setelah mendapatkan hasil penyebaran pilot sampel kuisioner, maka dilakukan uji *validitas* dan uji *reabilitas*.

4.3.5.1 Uji Validitas Ekspektasi

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya dan menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang akan diteliti oleh peneliti.

1. Hipotesis

H0 : data pertanyaan kuesioner valid

H1 : data pertanyaan kuesioner tidak valid

2. Tingkat signifikansi

Jumlah data adalah 100, dengan derajat kebebasan (df) = $n - 2 = 98$ tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ sehingga didapat $r_{tabel} = 0.196$

3. Daerah kritis

Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka H_0 tidak ditolak

Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Tabel 4.5 Uji Validasi Ekspektasi

Aspek	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
<i>Tangible</i>	1. Tersedianya tempat parkir yang memadai	0,287	0,196	Valid Valid
	2. Tersedianya tempat duduk halte yang memadai	0,378	0,196	
	3. Tersedianya fasilitas WC yang memadai	0,457	0,196	Valid
	4. Memadainya Mushola/tempat ibadah	0,376	0,196	Valid
	5. Kebersihan dan kerapihan terminal yang baik	0,238	0,196	Valid
	6. Plang penunjuk arah/informasi diterminal yang jelas	0,365 0,389	0,196 0,196	Valid Valid
	7. jalur masuk dan keluar kendaraan yang memadai/luas			
<i>Reliability</i>	8. Petugas terminal mampu menyelesaikan masalah yang anda alami	0,384	0,196	Valid
	9. Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	0,245	0,196 0,196	Valid Valid
	10. Kemudahan memperoleh informasi	0,325	0,196	Valid
<i>Responsiveness</i>	11. Kecepatan pelayanan loket tiket bus resmi	0,481	0,196	Valid
	12. Berusaha menawarkan bantuan tanpa diminta terlebih dahulu	0,369	0,196	Valid
	13. Respon/kesigapan petugas dalam menangani keluhan	0,440	0,196	Valid

Aspek	Pertanyaan	rhitung	rtabel	Ket.
Assurance	14. Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik	0,402	0,196	Valid
	15. Petugas ramah melayani calon penumpang	0,465	0,196	Valid
	16. Petugas mampu memberikan keamanan dan kenyamanan pada calon penumpang	0,441	0,196	Valid
Empathy	17. Petugas memberikan pelayanan tanpa memandang status social	0,421	0,196	Valid
	18. Petugas memberikan perhatian personal terhadap calon penumpang yang mengalami kesulitan	0,359	0,196	Valid

Nilai rhitung didapat dari pengolaan data menggunakan *Software SPSS versi 24 for windows*. Data kuesioner dikatakan valid jika $rhitung \geq rtabel$. Pada rekapitulasi hasil uji validitas menggunakan *Software SPSS versi 24 for windows* di atas dapat dilihat bahwa setiap butir pertanyaan pada kuesioner sudah valid dan bisa digunakan sebagai atribut untuk mengetahui seberapa besar tingkat harapan masyarakat pada terminal Jombor.

4.3.5.2 Uji Reliabilitas Ekspektasi

Uji *reliabilitas* adalah suatu tingkatan yang mengukur kehandalan hasil jika dilakukan pengukuran berulang pada suatu karakteristik. Pengujian *reliabilitas* dihitung dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*.

1. Hipotesis

H0 : data pertanyaan kuesioner reliabel

H1 : data pertanyaan kuesioner tidak reliabel

2. Daerah kritis

Jika $r_{alpha} \geq rtabel$ maka H0 tidak ditolak

Jika $r_{alpha} \leq rtabel$ maka H0 ditolak

3. Keputusan

Data kuesioner dikatakan *reliabel* jika nilai r_{alpha} lebih besar dari r_{tabel} 0,196. Nilai r_{alpha} didapatkan dari pengolahan data menggunakan Software SPSS versi 24 for windows dan menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* = 0,650. Maka data kuesioner dinyatakan reliabel atau H_0 tidak ditolak karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari r_{tabel} yaitu sebesar $0,650 \geq 0,196$. Nilai $alpha$ termasuk kedalam kategori “andal” karena berada di rentang $>0.60 - 0.80$

4.3.5.3 Uji Validitas Kinerja

Uji *validitas* digunakan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya dan menunjukkan bahwa *variabel* yang diukur memang benar-benar *variabel* yang akan diteliti oleh peneliti.

1. Hipotesis

H_0 : data pertanyaan kuesioner valid

H_1 : data pertanyaan kuesioner tidak valid

2. Tingkat signifikansi

Jumlah data adalah 100, dengan derajat kebebasan (df) = $n - 2 = 98$ tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ sehingga didapat $r_{tabel} = 0.196$

3. Daerah kritis

Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka H_0 tidak ditolak

Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Tabel 4.6 Uji Validasi Tingkat Kinerja

Aspek	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
<i>Tangible</i>	1. Tersedianya tempat parkir yang memadai	0,365	0,196	Valid
	2. Tersedianya tempat duduk halte yang memadai	0,366	0,196	Valid
	3. Tersedianya fasilitas WC yang memadai	0,441	0,196	Valid
	4. Memadainya Mushola/tempat ibadah	0,358	0,196	Valid
	5. Kebersihan dan kerapihan terminal yang	0,316	0,196	Valid

Aspek	Pertanyaan	rhitung	rtabel	Ket.
	baik			
	6. Plang penunjuk arah/informasi diterminal yang jelas	0,288	0,196	Valid
	7. jalur masuk dan keluar kendaraan yang memadai/luas	0,372	0,196	Valid
	8. Petugas terminal mampu menyelesaikan masalah yang anda alami	0,242	0,196	Valid
Reliability	9. Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	0,360	0,196	Valid
	10. Kemudahan memperoleh informasi	0,401	0,196	Valid
	11. Kecepatan pelayanan loket tiket bus resmi	0,460	0,196	Valid
Responsiveness	12. Berusaha menawarkan bantuan tanpa diminta terlebih dahulu	0,292	0,196	Valid
	13. Respon/kesigapan petugas dalam menangani keluhan	0,467	0,196	Valid
	14. Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik	0,269	0,196	Valid
Assurance	15. Petugas ramah melayani calon penumpang	0,408	0,196	Valid
	16. Petugas mampu memberikan keamanan dan kenyamanan pada calon penumpang	0,470	0,196	Valid
Empathy	17. Petugas memberikan pelayanan tanpa memandang status social	0,363	0,196	Valid
	18. Petugas memberikan perhatian personal terhadap calon penumpang yang mengalami kesulitan	0,332	0,196	Valid

Nilai rhitung didapat dari pengolahan data menggunakan *Software SPSS versi 24 for windows*. Data kuesioner dikatakan valid jika $rhitung \geq rtabel$. Pada rekapitulasi hasil uji validitas menggunakan *Software SPSS versi 24 for windows* di atas dapat dilihat bahwa setiap butir pertanyaan pada kuesioner sudah valid dan bisa digunakan sebagai

atribut untuk mengetahui seberapa besar tingkat harapan masyarakat pada terminal Jombor.

4.3.5.4 Uji Reliabilitas Kinerja

Uji reliabilitas adalah suatu tingkatan yang mengukur kehandalan hasil jika dilakukan pengukuran berulang pada suatu karakteristik. Pengujian reliabilitas dihitung dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*.

1. Hipotesis

H0 : data pertanyaan kuesioner reliabel

H1 : data pertanyaan kuesioner tidak reliabel

2. Daerah kritis

Jika $r_{alpha} \geq r_{tabel}$ maka H0 tidak ditolak

Jika $r_{alpha} \leq r_{tabel}$ maka H0 ditolak

3. Keputusan

Data kuesioner dikatakan reliabel jika nilai r_{alpha} lebih besar dari r_{tabel} 0,196. Nilai r_{alpha} didapatkan dari pengolahan data menggunakan *Software SPSS versi 24 for windows* dan menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* = 0,618. Maka data kuesioner dinyatakan reliabel atau H0 tidak ditolak karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari r_{tabel} yaitu sebesar $0,618 \geq 0,196$. Nilai alpha termasuk kedalam kategori “andal” karena berada di rentang $>0.60 - 0.8$

4.4 Pengolahan Data Dengan *Servqual*

4.4.1 Perhitungan Nilai *Servqual*

Skor *servqual* (kualitas jasa) selain menunjukkan kualitas jasa sebuah instansi juga menunjukkan kepuasan konsumen pada instansi tersebut. *Servqual* skor (-) negatif menunjukkan bahwa terdapat indikasi adanya gap kualitas pada atribut kualitas tersebut. Sedangkan *servqual* skor (+) positif menunjukkan indikasi kualitas yang cukup memuaskan pelanggan. Pada perhitungan nilai *servqual* yang menunjukkan jumlah atribut *servqual* skor negatif lebih banyak daripada atribut *servqual* positif. Pada tabel

4.7 dapat diketahui atribut-atribut yang bernilai skor positif berjumlah 6 atribut antara lain yaitu atribut X4, X5 ,X6, X8, X11 dan X17. Sedangkan untuk atribut *servqual* skor negatif berjumlah 12 atribut yaitu, X1, X2 ,X3 ,X7 ,X9 ,X10, X12, X13, X14, X15 ,X16 ,X18,. Telah disebutkan diatas jika skor nilai *servqual* negatif lebih banyak daripada nilai skor positif, ini menunjukkan bahwa pengguna merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan. Untuk lebih jelasnya *score servqual* dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4.7 Perhitungan gap *servqual* per kriteria

Atribut	<i>Mean</i>		<i>Score Servqual</i>	Peringkat
	Ekspektasi	Kinerja		
X1	2,980	2,850	-0,130	5
X2	3,060	3,030	-0,030	9
X3	3,060	2,760	-0,300	1
X4	2,990	3,040	0,050	14
X5	2,970	3,160	0,190	17
X6	3,100	3,100	0,000	13
X7	2,860	2,810	-0,050	7
X8	2,890	3,070	0,180	16
X9	3,230	2,940	-0,290	2
X10	3,100	3,060	-0,040	8
X11	2,660	3,000	0,340	18
X12	2,880	2,870	-0,010	12
X13	2,990	2,960	-0,030	10
X14	3,050	2,930	-0,120	6
X15	3,000	2,800	-0,200	3
X16	2,900	2,870	-0,030	11
X17	2,980	3,070	0,090	15
X18	3,220	3,020	-0,200	4

Perhitungan manual score servqual pada atribut X1

$$\text{Score servqual} = (\text{rata - rata Kinerja}) - (\text{rata - rata Ekspektasi})$$

$$= 2,850 - 2,980$$

$$= -0,130$$

Tabel 4.8 Perhitungan gap *servqual* per dimensi

No	Dimensi	Ekpektasi	Kinerja	<i>Servqual score</i>
1	<i>Tangible</i>	3,002	2,964	-0,038
2	<i>Reliability</i>	3,073	3,023	-0,05
3	<i>Responsiveness</i>	2,843	2,943	0,1
4	<i>Assurance</i>	2,983	2,866	-0,117
5	<i>Emphaty</i>	3,100	3,045	-0,055
	Rata-rata	3,0002	2,9682	-0,032

4.5 Diagram *Kartesianus*

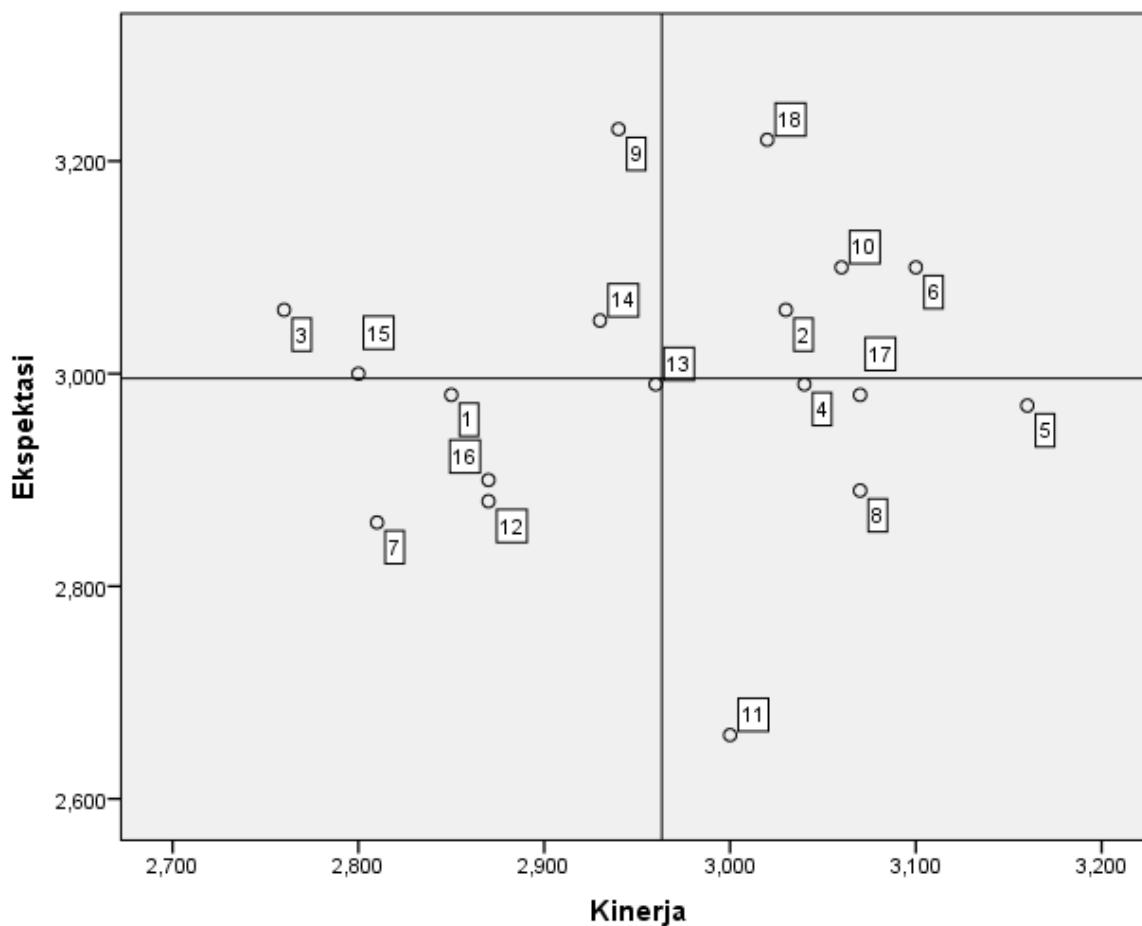
Cara membuat diagram *kartesianus* dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS 24, penjabarannya diagram *kartesianus* membagi suatu bagan menjadi empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik X , Y, dimana X ,merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja kepuasan pengguna atas seluruh atribut, dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat Ekspektasi seluruh atribut yang mempengaruhi kepuasan pengguna. Perhitungan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja kepuasan pengguna atas seluruh atribut. menggunakan persamaan yaitu:

$$\frac{\sum x}{N} = \frac{53,340}{18} = 2,963333$$

Sedangkan perhitungan rata-rata dari rata-rata skor tingkat Ekpektasi seluruh atribut menggunakan persamaan seperti berikut:

$$\frac{\sum y}{N} = \frac{53,920}{18} = 2,99555556$$

Sedangkan penjabaran setiap atribut dalam diagram Kartesius yaitu:



Gambar 4.6 **Diagram Kartesius**
Sumber: Dokumen penelitian

Dari Uraian diagram kartesius diatas yang masuk kedalam kuadran A yaitu prioritas utama dimana responden merasakan atribut tersebut sangat penting tetapi merasakan tidak puas terhadap kinerja terminal. Adapun atribut tersebut adalah :

1. Tersedianya fasilitas WC yang memadai
2. Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti
3. Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik
4. Petugas ramah melayani calon penumpang

Sedangkan pada kuadran B konsumen menganggap atribut pada kuadran ini sangat penting dan sangat memuaskan sehingga atribut ini wajib untuk dipertahankan. atribut-atribut ini antara lain:

1. Tersedianya tempat duduk halte yang memadai
2. Plang penunjuk arah/informasi di terminal yang jelas
3. Kemudahan memperoleh informasi
4. Petugas memberikan perhatian personal terhadap calon penumpang yang mengalami kesulitan

Pada kuadran C menunjukkan beberapa atribut yang kurang penting dan kurang memuaskan, sehingga pengguna bersikap biasa-biasa saja, atribut yang ada pada kuadran C antara lain:

1. Tersedianya tempat parkir yang memadai
2. Jalur masuk dan keluar kendaraan yang memadai/luas
3. Berusaha menawarkan bantuan tanpa diminta terlebih dahulu
4. Petugas mampu memberikan keamanan dan kenyamanan pada calon penumpang

Sedangkan pada kuadran terakhir yaitu kuadran D atribut yang menunjukkan faktor yang kurang penting namun pengguna sangat puas antara lain:

1. Memadainya Mushola/tempat ibadah
2. Kebersihan dan kerapian terminal yang baik
3. Petugas terminal mampu menyelesaikan masalah yang anda alami
4. Kecepatan pelayanan loket tiket bus resmi
5. Petugas memberikan pelayanan tanpa memandang status social

4.6 Pembuatan *House Of Quality (HOQ)*

Pembuatan *House Of Quality* dapat dikelompokkan menjadi tiga tahapan, dimana masing-masing tahapan tersebut dibagi menjadi beberapa langkah, berikut ini merupakan penjelasan langkah-langkah dalam pembuatan HOQ

1. Mengidentifikasi keinginan pelanggan (*customer requirement*)
2. Membuat matriks informasi pelanggan Terdapat beberapa bagian dalam matrik informasi pelanggan ini, yaitu:

- a) Menyusun atribut keinginan pelanggan (*customer requirement*) yang telah diperoleh dari hasil survei sebelumnya.
 - b) Mengidentifikasi tingkat kepentingan (*level of importance*) dari setiap atribut keinginan pelanggan, dan menentukan atribut yang menjadi prioritas karena memiliki tingkat kepentingan tinggi
 - c) Meidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dan pesaing (*competitive evaluation*)
 - d) Menentukan tujuan (*goal*) dari masing masing atribut, atribut mana yang dianggap menjual (*sales point*).
 - e) Menghitung *improvement ratio* dengna cara membagi *goal* terhadap kepuasan yang diperoleh
 - f) Menghitung row weight, yang akan dijadikan patokan dalam menentukan atribut yang dipilih.
3. Membuat matriks kebutuhan teknis (*technical requirement*)
 - a) Mengidentifikasi persyaratan teknis (*respon technical*)
 - b) Membuat matriks hubungan antara keinginan pelanggan dan persyaratan teknis (*relation matriks*).
 - c) Menentukan hubungan antar persyaratan teknis (*teknikal correlation*)

4.6.1 Pembuatan Matriks Informasi Pelanggan

Merupakan bagian *horizontal* dari suatu *house of quality*.

4.6.1.1 Penentuan atribut Keinginan pelanggan (*Voice Of Costumer*)

Disini menggunakan atribut pelayanan yang terdapat pada dimensi pelayanan *servqual* yang terdapat pada kuadran *kartesianus* A dan C menjadi prioritas yang akan dimasukkan ke dalam *customer needs HOQ*. Berikut merupakan atribut yang akan digunakan yaitu:

Tabel 4.8 Dimensi Servqual

	Atribut	Score Servqual
X1	Tersedianya fasilitas WC yang memadai	-0,300
X2	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	-0,290
X3	Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik	-0,120
X4	Petugas ramah melayani calon penumpang	-0,200
X5	Tersedianya tempat parkir yang memadai	-0,130
X6	Jalur masuk dan keluar kendaraan yang memadai/luas	-0,050
X7	Berusaha menawarkan bantuan tanpa diminta terlebih dahulu	-0,010
X8	Petugas mampu memberikan keamanan dan kenyamanan calon penumpang	-0,030

4.6.2 Penentuan Prioritas Atribut Keinginan Masyarakat berdasarkan Tingkat Kepentingan (*Level of Importance*)

Tingkat kepentingan merupakan penilaian tingkat kepentingan pelayanan yang didapat dari hasil survei sebelumnya. Skala pembobotan yang digunakan dalam penelitian adalah skala *Likert* yang merupakan berisi lima tingkatan jawaban mengenai kesetujuan masyarakat terhadap pernyataan yang dikemukakan dalam kuesioner. Skala tersebut dapat didefinisikan sebagai berikut:

Nilai 5 menyatakan sangat penting

Nilai 4 menyatakan Penting

Nilai 3 menyatakan cukup penting

Nilai 2 menyatakan Tidak penting

Nilai 1 menyatakan tanggapan Sangat tidak penting

Nilai kepentingan *relative (importance rating)* setiap atribut keinginan konsumen sebanyak 100 masyarakat pada kuesioner 1 dibuat rata-ratanya untuk masing-masing atribut. Dengan rumus nilai rata-rata sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n} \dots\dots\dots(4.3)$$

Dimana :

X1 : Data yang diperoleh dari kuesioner

N : jumlah masyarakat

Sebagai salah satu contoh dari butir kuesioner pertama tersedianya tempat parkir yang memadai yaitu: $\bar{x} =$

$$\begin{aligned} & 2+5+2+1+5+5+4+5+3+3+4+3+2+3+1+1+2+4+3+2+3+1+1+4+2+5+5+4+3+1+2+4+1+ \\ & 3+1+5+3+3+5+2+4+3+3+2+2+4+2+4+4+5+4+4+1+3+4+3+2+4+4+4+4+5+5+3+2+2+ \\ & 4+4+5+2+2+3+5+4+2+2+3+5+1+1+5+3+3+5+3+3+1+1+5+4+1+3+5+2+4+4+1+1+3= \\ & 3060/100 = 3,060 \end{aligned}$$

Tabel 4.9 Prioritas atribut keinginan pelanggan berdasarkan tingkat kepentingan

NO.	Atribut Kebutuhan Pelanggan	Importance rating	Urutan prioritas
X1	Tersedianya fasilitas WC yang memadai	3,060	2
X2	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	3,230	1
X3	Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik	3,050	3
X4	Petugas ramah melayani calon penumpang	3,000	4
X5	Tersedianya tempat parkir yang memadai	2,980	5

NO.	Atribut Kebutuhan Pelanggan	Importance rating	Urutan prioritas
X6	Jalur masuk dan keluar kendaraan yang memadai/luas	2,860	8
X7	Berusaha menawarkan bantuan tanpa diminta terlebih dahulu	2,880	7
X8	Petugas mampu memberikan keamanan dan kenyamanan calon penumpang	2,900	6

Dapat dilihat bahwa semua atribut memiliki tingkat kepentingan yang relatif tinggi. Berdasarkan kolom urutan prioritas, dapat dilihat urutan tingkat kepentingan (*level of importance*) untuk masing-masing atribut. Berikut ini adalah 5 atribut yang memiliki tingkat kepentingan prioritas (1-5) yaitu:

1. Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti
2. Tersedianya fasilitas WC yang memadai
3. Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik
4. Petugas ramah melayani calon penumpang
5. Tersedianya tempat parkir yang memadai

4.6.3 Menentukan Tingkat Kepuasan (*Customer Competitive Evaluation*)

Tingkat *competitive evaluation* merupakan suatu matrik pembandingan yang dipergunakan untuk membandingkan kualitas pelayanan Terminal Jombor dengan Terminal Giwangan. data kuantitatif tersebut diperoleh melalui kuesioner 2 dengan skala nilai yang digunakan 1-5 yaitu sebagai berikut:

1= Sangat tidak penting

2= Tidak penting

3= Cukup penting

4= Penting

5= Sangat penting

Nilai kepentingan relatif untuk masing-masing keinginan pelanggan ini dapat dengan perhitungan rata-rata, yaitu data-data kepentingan relatif dari 100 masyarakat.

Tabel 4.10 Tabel *Customer Competitive Evaluation*

No	Pernyataan	<i>Customer Competitive Evaluation</i>		
		Terminal Jombor	Terminal Giwangan	Selisih
1	Tersedianya fasilitas WC yang memadai	2,760	3,030	-0,270
2	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	2,940	3,020	-0,080
3	Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik	2,930	2,990	-0,060
4	Petugas ramah melayani calon penumpang	2,800	3,070	-0,270
5	Tersedianya tempat parkir yang memadai	2,850	3,140	-0,290
6	Jalur masuk dan keluar kendaraan yang memadai/luas	2,810	3,120	-0,310
7	Berusaha menawarkan bantuan tanpa diminta terlebih dahulu	2,870	3,100	-0,230
8	Petugas mampu memberikan keamanan dan kenyamanan calon penumpang	2,870	3,190	-0,320

Dari tabel diatas terlihat jelas bahwa secara keseluruhan tingkat kepuasan masyarakat terhadap terminal Jombor kurang, dilihat dari selisih angka pada tabel 4.10 diatas.

4.6.3.1 Kriteria Pembandingan

Berikut ini merupakan kriteria sebagai pembandingan antara terminal Jombor dan terminal Giwangan:

- a) Karena terminal Jombor pada awalnya terminal Tipe B, kemudian ditingkatkan menjadi tipe A, kemudian apakah pelayanan dari terminal Jombor telah memenuhi kepuasan dari konsumen jika dibandingkan dengan terminal tipe A dalam hal ini terminal Giwangan.
- b) Terminal Jombor melayani Angkutan Kota Antar Provinsi (AKAP), Angkutan Kota Dalam Provinsi (AKDP), Trans Jogja serta travel. Dan memiliki fasilitas standar sebuah terminal seperti halte, WC, mushola, loket, akses jalan, tempat parkir dan lainnya. Sebagai terminal yang telah melayani AKAP, AKDP sama seperti terminal Giwangan, apakah fasilitas umum yang ada di terminal Jombor telah memadai sebagai fasilitas standar dari sebuah terminal.

4.6.4 Menentukan Prioritas Atribut Keinginan Pelanggan Berdasarkan Nilai *Row Weight*

Selain berdasarkan *level of importance*, penentuan atribut keinginan pelanggan yang diprioritaskan dapat dilakukan berdasarkan *row weight*. Dimana dalam perhitungannya melibatkan pihak kepala terminal Jombor karena memerlukan data tujuan yang ingin dicapai perusahaan untuk masing – masing atribut yang dianggap sebagai *sales point*.

4.6.4.1 Menentukan Tujuan (*goal*) dan *Sales Point*

Tujuan (*goal*) merupakan nilai yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan untuk masing-masing atribut keinginan pelanggan ditentukan oleh bagian *internal* pihak terminal Jombor dalam hal ini kepala terminal Jombor yang terlibat langsung dengan atribut tersebut melalui wawancara langsung. Selain itu sebagai sumber pertimbangan lain dari pemilihan *Goal* bisa dilihat pada *customer competitive evaluation*. Sehingga dapat dikatakan nilai tujuan ini valid untuk masing- masing atribut. Nilai tujuan menggunakan bobot angka maksimum 5 (sangat memuaskan), walaupun semua atribut yang diharapkan dapat mencapai nilai tersebut, tetapi harus diperkirakan kendala – Kendala

untuk setiap atribut baik teknis maupun operasional yang tidak mungkin diatasi sehingga goal yang ingin dicapai nilainya lebih kecil dari 5.

Setelah menentukan tujuan, kemudian menentukan sales point, yaitu menentukan *sales point*, yaitu menunjuk atau memberi tanda atribut mana yang kira-kira dapat sangat mempengaruhi peningkatan kualitas pelayanan terminal Jombor. Nilai sales point bersifat *arbitrary weight* atau merupakan bobot yang tidak pasti. Penunjukkan *sales point* didiskusikan kepada pihak internal yaitu kepala terminal Jombor karena dianggap mampu dan berpengalaman dibidang ini. Skala yang digunakan dalam penentuan *sales point* adalah sebagai berikut:

- 1 = (no) Tidak ada penambahan value added terhadap pelayanan
- 1,2 = (medium) value added terhadap pelayanan tidak signifikan
- 1,5 = (strong) value added terhadap pelayanan tinggi

Dibawah ini merupakan tabel dari penentuan *goal* dan *sales point*:

Tabel 4.11 *Goal* dan *sales point*

No	Pernyataan	Goal	Sales point
1	Tersedianya fasilitas WC yang memadai	5	1,5
2	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	5	1,5
3	Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik	5	1,5
4	Petugas ramah melayani calon penumpang	5	1,5
5	Tersedianya tempat parkir yang memadai	5	1,5
6	Jalur masuk dan keluar kendaraan yang	4	1,2

No	Pernyataan	Goal	Sales point
	memadai/luas		
7	Berusaha menawarkan bantuan tanpa diminta terlebih dahulu	4	1,2
8	Petugas mampu memberikan keamanan dan kenyamanan calon penumpang	5	1,5

4.6.4.2 Menghitung *Improvement Ratio*

Improvement Ratio merupakan usaha pengembangan yang harus dilakukan oleh perusahaan/instansi dalam rangka mencapai tujuan dari masing – masing atribut yang telah ditentukan sebelumnya. *Improvement ratio* diperoleh dengan cara membagi *goal* dengan nilai tingkat kepuasan masyarakat yang didapat pada kuesioner sebelumnya.

Perhitungan *improvement ratio*, yaitu:

$$IR = \frac{Goal}{customer\ satisfaction\ performance} \dots\dots\dots(4.4)$$

Contoh perhitungan atribut pertama: $IR = \frac{5}{2,760} = 1,812$

Dibawah ini merupakan tabel hasil perhitungan *improvement ratio* untuk masing – masing atribut keinginan pelanggan:

Tabel 4.12 *Improvement ratio*

No	Atribut keinginan konsumen	<i>Improvement ratio</i>
1	Tersedianya fasilitas WC yang memadai	1,812
2	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	1,701

No	Atribut keinginan konsumen	Improvement ratio
3	Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik	1,706
4	Petugas ramah melayani calon penumpang	1,786
5	Tersedianya tempat parkir yang memadai	1,754
6	Jalur masuk dan keluar kendaraan yang memadai/luas	1,779
7	Berusaha menawarkan bantuan tanpa diminta terlebih dahulu	1,742
8	Petugas mampu memberikan keamanan dan kenyamanan calon penumpang	1,742

4.6.4.3 Menghitung *Row Weight*

Row Weight adalah bobot nilai per baris masing-masing atribut keinginan pelanggan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti tingkat kepentingan (*level of importance*), *sales point* dan *improvement ratio*. Nilai inilah yang akan dijadikan patokan dalam menentukan atribut mana yang akan dipilih dan harus diprioritaskan dalam rangka peningkatan kualitas jasa. Nilai *Row weight* diperoleh dari hasil perkalian antara ketiga hal tersebut, perhitungannya adalah:

$$\text{Row Weight} = \text{level of importance} \times \text{sales point} \times \text{improvement ratio} \dots \dots \dots (4.4)$$

Contoh perhitungan $\text{Row Weight} = 3,060 \times 1,5 \times 1,812 = 8,317$

Berikut ini merupakan tabel hasil perhitungan *Row Weight*

Tabel 4.13 *Row Weight*

No	Atribut keinginan masyarakat	Row Weight	Urutan prioritas
1	Tersedianya fasilitas WC yang memadai	8,317	1
2	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	8,241	2
3	Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik	7,805	5
4	Petugas ramah melayani calon penumpang	8,037	3
5	Tersedianya tempat parkir yang memadai	7,840	4
6	Jalur masuk dan keluar kendaraan yang memadai/luas	6,106	7
7	Berusaha menawarkan bantuan tanpa diminta terlebih dahulu	6,020	8
8	Petugas mampu memberikan keamanan dan kenyamanan calon penumpang	7,578	6

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa semua atribut memiliki nilai row weight yang relative tinggi. Berdasarkan kolom urutan prioritas dapat dilihat urutan nilai *row weight* masing-masing atribut. Berikut ini adalah 5 atribut yang memiliki nilai *row weight* tertinggi (prioritas 1-5) yaitu:

1. Tersedianya fasilitas WC yang memadai
2. Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti
3. Petugas ramah melayani calon penumpang
4. Tersedianya tempat parkir yang memadai
5. Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik

4.6.5 Pembuatan matriks informasi teknikal.

Matriks informasi teknikal merupakan bagian *vertical* dalam *House Of Quality*. Berisikan persyaratan-persyaratan teknis terhadap produk atau jasa baru yang akan dikembangkan. Data persyaratan teknis ini diturunkan berdasarkan “suara konsumen” yang telah diperoleh pada atribut kepentingan konsumen.

4.6.5.1 Menentukan Matriks Teknikal (*Technical response*)

Respon teknikal merupakan rencana kegiatan dan pengembangan kegiatan yang akan dilakukan oleh pihak terminal dalam rangka meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan masyarakat. Matriks persyaratan teknikal diperoleh dengan berdiskusi dengan pihak terminal. Daftar matriks persyaratan teknikal yang telah dirumuskan tampak pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.14 Persyaratan Teknis.

NO	Persyaratan Teknis
1	Penambahan/perbaiki fasilitas umum
2	Pendidikan dan pelatihan etika pegawai (SDM)
3	Menanamkan motivasi kepada setiap pegawai untuk memprioritaskan kepuasan konsumen
4	Meningkatkan keamanan dengan pemantauan menggunakan <i>cctv</i> dan petugas <i>security</i>
5	Penambahan pos pusat informasi dan Penambahan display tentang informasi jadwal bus serta informasi lainnya
6	Penataan dan perluasan lahan parkir,

NO	Persyaratan Teknis
	serta jalan keluar masuk kendaraan

4.6.5.2 Menentukan Hubungan Antara Respon Teknikal dan Keinginan Pelanggan (Relation Matrix)

Tujuan dari matriks hubungan ini adalah memperlihatkan apakah persyaratan teknis yang dilakukan dapat memenuhi keinginan dari masyarakat. Jenis hubungan dibagi menjadi 3 dengan bobot yang berbeda untuk masing masing hubungan yaitu:

- Menunjukkan hubungan yang kuat antar kedua kolom. Nilai = 9.
 - Menunjukkan hubungan yang sedang antar kedua kolom. Nilai = 3.
 - △ Menunjukkan hubungan yang lemah antar kedua kolom. Nilai = 1. (kosong)
- Menunjukkan tidak ada hubungan antar kedua kolom. Nilai = 0

Tabel 4.15 Hubungan respon teknis dan kebutuhan pelanggan

No	Kebutuhan Konsumen	Hubungan Kuat	Hubungan Sedang	Hubungan Lemah
1	Tersedianya fasilitas WC yang memadai	(1.) Kurang memadainya fasilitas umum maka diperlukan perbaikan/penambahan fasilitas	-	-
2	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	(1.) Kinerja dari pegawai yang kurang baik perlu adanya pelatihan pegawai terhadap pekerjaan masing-masing.	(1.) Layanan informasi yang kurang memadai dengan adanya penambahan pusat informasi konsumen mudah dan lebih	-

No	Kebutuhan Konsumen	Hubungan Kuat	Hubungan Sedang	Hubungan Lemah
3	Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik	(1.) Kinerja dari pegawai yang kurang baik perlu adanya pelatihan pegawai terhadap pekerjaan masing-masing, (2.) Pegawai kurang berdedikasi sepenuhnya untuk kepuasan pelanggan sehingga diperlukan adanya motivasi yang kuat yang diberikan kepada karyawan untuk meningkatkan kinerja (3.) Kenyamanan dan keamanan terminal yang kurang baik diperlukan adanya perbaikan di sistem keamanan terminal dan juga peralatan keamanan yang diperlukan	jelas dalam mendapatkan informasi	-

No	Kebutuhan Konsumen	Hubungan Kuat	Hubungan Sedang	Hubungan Lemah
4	Petugas ramah melayani calon penumpang	(1.)Kinerja dari pegawai yang kurang baik perlu adanya pelatihan pegawai terhadap pekerjaan masing-masing.(2.) Pegawai kurang berdedikasi sepenuhnya untuk kepuasan pelanggan sehingga diperlukan adanya motivasi yang kuat yang diberikan kepada karyawan untuk meningkatkan kinerja	-	-
5	Tersedianya tempat parkir yang memadai	(1.)kurang memadainya lahan parkir dan jalan keluar/masuk kendaraan sehingga diperlukan perbaikan jalan dan lahan parkir yang lebih tertata.	-	-
6	Jalur masuk dan keluar kendaraan yang memadai/luas	(1.) Kurang memadainya fasilitas umum maka diperlukan	-	-

No	Kebutuhan Konsumen	Hubungan Kuat	Hubungan Sedang	Hubungan Lemah
		perbaikan/penambahan fasilitas (2.) kurang memadainya lahan parkir dan jalan keluar/masuk kendaraan sehingga diperlukan perbaikan jalan dan lahan parkir yang lebih tertata.		
7	Berusaha menawarkan bantuan tanpa diminta terlebih dahulu	(1.) Pegawai kurang berdedikasi sepenuhnya untuk kepuasan pelanggan sehingga diperlukan adanya motivasi yang kuat yang diberikan kepada karyawan untuk meningkatkan kinerja	(1.) Kinerja dari pegawai yang kurang baik perlu adanya pelatihan pegawai terhadap pekerjaan masing-masing.	■
8	Petugas mampu memberikan keamanan dan kenyamanan calon penumpang	(1.) Kinerja dari pegawai yang kurang baik perlu adanya pelatihan pegawai terhadap pekerjaan masing-masing. (2.) Kenyamanan dan keamanan terminal	(1.) Pegawai kurang berdedikasi sepenuhnya untuk kepuasan pelanggan sehingga diperlukan adanya motivasi yang kuat yang diberikan kepada karyawan untuk	■

No	Kebutuhan Konsumen	Hubungan Kuat	Hubungan Sedang	Hubungan Lemah
		yang kurang baik diperlukan adanya perbaikan di sistem keamanan terminal dan juga peralatan keamanan yang diperlukan.	meningkatkan kinerja	

Untuk lebih jelasnya dapat melihat gambar *Hoq* dibawah ini.

No	Kebutuhan Konsumen	IR	Respon Teknis						CCE		GOAL	Improvement Ratio	Sales Point	Row Weight		
			1	2	3	4	5	6	Jombor	Giwangan						
1	Tersedianya fasilitas WC yang memadai	3,060	•							2,760	3,030	5	1,812	1,5	8,317	
2	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	3,230		•				•		2,940	3,020	5	1,701	1,5	8,241	
3	Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik	3,050			•		•			2,930	2,990	5	1,706	1,5	7,805	
4	Petugas ramah melayani calon penumpang	3,000		•	•					2,800	3,070	5	1,786	1,5	8,037	
5	Tersedianya tempat parkir yang memadai	2,980	•						•	2,850	3,140	5	1,754	1,5	7,840	
6	Jalur masuk dan keluar kendaraan yang memadai/luas	2,860	•						•	2,810	3,120	4	1,779	1,2	6,106	
7	Berusaha menawarkan bantuan tanpa diminta terlebih dahulu	2,880		•	•					2,870	3,100	4	1,742	1,2	6,020	
8	Petugas mampu memberikan keamanan dan kenyamanan calon penumpang	2,900		•	•		•			2,870	3,190	5	1,742	1,5	7,578	
Matriks Persyaratan Teknis			Penambahan/perbaikan fasilitas umum	Pendidikan dan pelatihan pegawai (SDM)	Menanamkan motivasi kepada setiap pegawai untuk memprioritaskan kepuasan konsumen	Meningkatkan keamanan dengan pemantauan menggunakan cctv dan petugas security	Penambahan pos pusat informasi dan Penambahan display tentang informasi jadwal bus serta informasi lainnya	Penataan dan perluasan lahan parkir, serta jalan keluar masuk kendaraan								
			BOBOT KOLOM	80,1	118,26	89,07	53,55	29,07	52,56							
			Persentase	0,19	0,28	0,21	0,13	0,07	0,13							
			Prioritas	3	1	2	4	6	5							

Gambar 4.6 HOQ

4.6.5.2 Menentukan Korelasi Respon Teknikal (*technical correlation*)

Technical correlation merupakan hubungan dan saling keterkaitan antara respon teknikal yang satu dengan respon teknikal lain. Penentuan korelasi ini dilakukan untuk mengidentifikasi trade off yang mungkin harus dilakukan dalam penentuan respon teknikal yang mungkin harus dilakukan dalam penentuan respon teknikal yang perlu mendapatkan perhatian. Hubungan yang dilakukan dalam *technical correlation* tersebut adalah :

a) Hubungan kuat positif (++)

Merupakan hubungan dimana salah satu respon teknikal mengalami peningkatan atau penurunan respon teknikal lain yang berkait. Hubungan yang terjadi merupakan hubungan searah, yaitu bila ada salah satu respon teknikal mengalami peningkatan maka respon teknikal lain yang terkait akan mengalami peningkatan pula.

b) Hubungan positif (+)

Merupakan hubungan dimana salah satu respon teknikal mengalami peningkatan atau penurunan maka akan berpengaruh pada peningkatan atau penurunan maka akan berpengaruh pada peningkatan atau penurunan respon teknikal. Hubungan ini juga merupakan hubungan searah.

c) Hubungan negatif (x)

Hubungan yang terjadi adalah berbanding terbalik, dimana salah satu respon teknikal mengalami peningkatan akan menyebabkan penurunan pada respon teknikal lain yang terkait.

d) Hubungan kuat negatif (xx)

Hubungan yang tercipta adalah sangat berbanding terbalik, yaitu peningkatan suatu respon teknikal akan berpengaruh kuat pada penurunan respon teknikal lainnya.

e) Tidak seluruh respon teknikal memiliki hubungan dengan respon teknikal lainnya.

Tabel 4.16 berikut ini menunjukkan hubungan yang terjadi antar respon teknikal.

Tabel 4.16 Korelasi Respon Teknikal

Respon Teknikal	Korelasi Teknikal
Kurang memadainya fasilitas umum dan kurang memadainya lahan parkir dan jalan keluar/masuk kendaraan	Kuat positif
Kurang memadainya fasilitas umum dan Layanan informasi yang kurang memadai	Positif
Pegawai kurang berdedikasi sepenuhnya untuk kepuasan pelanggan dan Layanan informasi yang kurang memadai	Positif
Kinerja dari pegawai yang kurang baik dan Pegawai kurang berdedikasi sepenuhnya untuk kepuasan pelanggan	Kuat Positif
Kinerja dari pegawai yang kurang baik dan Kenyamanan dan keamanan terminal yang kurang baik	Kuat Positif

Dibawah ini adalah gambar bagan dari korelasi respon teknikal tersebut:

dalam hubungannya dengan pemenuhan keinginan pelanggan. Rumus yang digunakan dalam perhitungan nilai absolut dan nilai relatif adalah sebagai berikut:

Bobot Respon Teknikal = Σ (tingkat kepentingan keinginan pelanggan x bobot keterhubungan)

Tabel dibawah ini menunjukkan nilai bobot untuk masing-masing respon teknikal yang dihitung dengan menggunakan rumus diatas.

Tabel 4.17 Bobot Respon Teknikal

NO	Persyaratan Teknikal	Bobot
1	Penambahan/perbaiki fasilitas umum	80,1
2	Pendidikan dan pelatihan pegawai (SDM)	118,26
3	Menanamkan motivasi kepada setiap pegawai untuk memprioritaskan kepuasan konsumen	89,07
4	Meningkatkan keamanan dengan pemantauan menggunakan <i>cctv</i> dan petugas <i>security</i>	53,55
5	Penambahan pos pusat informasi dan Penambahan display tentang informasi jadwal bus serta informasi lainnya	29,07
6	Penataan dan perluasan lahan parkir, serta jalan keluar masuk kendaraan	52,56

Dari tabel diatas dapat dilihat respon teknikal yang memiliki bobot terbesar sampai yang terkecil yaitu:

1. Pendidikan dan pelatihan pegawai (SDM)
2. Menanamkan motivasi kepada setiap pegawai untuk memprioritaskan kepuasan konsumen
3. Penambahan/perbaiki fasilitas umum
4. Meningkatkan keamanan dengan pemantauan menggunakan *cctv* dan petugas *security*
5. Penataan dan perluasan lahan parkir, serta jalan keluar masuk kendaraan
6. Penambahan pos pusat informasi dan Penambahan display tentang informasi jadwal bus serta informasi lainnya

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Analisa *House Of Quality*

Langkah selanjutnya setelah pembuatan *House Of Quality* adalah menganalisa HOQ tersebut. Penganalisaan dibagi menjadi dua bagian yang ada dalam HOQ yaitu analisa terhadap matriks informasi konsumen (bagian *horizontal* HOQ) dan matriks informasi teknikal (bagian *vertical* HOQ).

5.1.1 Analisa Matriks Informasi Konsumen

5.1.1.1 Analisa Matriks Informasi *horizontal*

Berisi analisa atribut matriks horizontal yang diprioritaskan sebagai acuan peningkatan kualitas pelayanan Terminal Jombor

5.1.1.1.1 Analisa Prioritas Atribut Keinginan Pelanggan Berdasarkan *Level Of Importance*

Atribut keinginan yang dianggap paling penting oleh pelanggan adalah atribut yang memiliki nilai tingkat (*level of importance*) tertinggi, nilai tersebut dapat dilihat pada tabel 4.9. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa semua atribut memiliki tingkat kepentingan yang relatif tinggi. Berikut ini adalah 5 atribut yang memiliki tingkat kepentingan tertinggi (prioritas 1-5) yaitu:

1. Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti
2. Tersedianya fasilitas WC yang memadai
3. Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik
4. Petugas ramah melayani calon penumpang
5. Tersedianya tempat parkir yang memadai

Kelima atribut diatas merupakan atribut yang perlu diprioritaskan Terminal Jombor dalam rangka meningkatkan kepuasan masyarakat dengan mempertimbangkan atribut yang berdasarkan atribut yang dipentingkan masyarakat.

5.1.1.1.2 Analisa Prioritas Atribut Keinginan Pelanggan Berdasarkan *Row Weight*

Row weight adalah bobot nilai perbaris untuk masing-masing atribut keinginan pelanggan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor selain tingkat kepentingan (*level of importance*), yaitu *sales point*, dan *improvement ratio*. Dari tabel 4.13 dapat dilihat bahwa semua atribut memiliki nilai *row weight* yang relatif tinggi. Berikut ini adalah 5 atribut yang memiliki *row weight* tertinggi (prioritas 1-5), yaitu:

1. Tersedianya fasilitas WC yang memadai
2. Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti
3. Petugas ramah melayani calon penumpang
4. Tersedianya tempat parkir yang memadai
5. Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik

Kelima atribut diatas merupakan atribut yang perlu diprioritaskan pihak terminal Jombor dalam rangka meningkatkan kepuasan masyarakat dengan mempertimbangkan atribut yang dianggap *sales point* oleh pihak internal yang bersangkutan dan tujuan yang ingin dicapai oleh masing-masing atribut.

5.1.1.1.3 Analisa Tingkat Kepuasan (*Customer Competitive Evaluation*)

Analisa selanjutnya adalah pada tabel 4.10. Yang berisikan data tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap jasa layanan yang diberikan oleh Terminal Jombor dan Giwangan. Dari tabel tersebut ditentukan posisi Terminal jombor dalam memuaskan atribut keinginan pelanggan relatif terhadap pesaingnya, posisi tersebut merupakan titik kelemahan, titik kekuatan, dan peluang yang dapat diraih Terminal jombor.

1. Titik kelemahan

Titik kelemahan merupakan titik atau atribut keinginan pelanggan yang memiliki tingkat kepuasan lebih rendah daripada pesaingnya. Dari tabel 4.10 dapat dilihat secara keseluruhan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh terminal Jombor lebih rendah daripada tingkat kepuasan terminal Giwangan. Sehingga semua atribut menjadi titik lemah terminal Jombor. Adapun atribut yang selisihnya lebih besar dari rata-rata adalah sebagai berikut:

cara menghitung besar rata-rata selisih tingkat kepuasan adalah:

$$\text{Rata-rata} = \frac{\sum \text{Nilai selisih Tingkat Kepuasan}}{\text{Jumlah Atribut}} \dots\dots\dots(5.1)$$

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata} &= -1,83/8 \\ &= -0,229 \end{aligned}$$

Berikut ini adalah atribut yang selisihnya lebih besar dari selisih rata-rata -0,229. Atribut tersebut adalah:

1. Petugas mampu memberikan keamanan dan kenyamanan calon penumpang
2. Jalur masuk dan keluar kendaraan yang memadai/luas
3. Tersedianya tempat parkir yang memadai
4. Tersedianya fasilitas wc yang memadai
5. Petugas ramah melayani calon penumpang
6. Berusaha menawarkan bantuan tanpa diminta terlebih dahulu

2. Titik Kekuatan (*Position of current strength*)

Titik kekuatan merupakan kebalikan dari titik kelemahan yaitu atribut keinginan pelanggan pelanggan yang memiliki tingkat kepuasan yang lebih yang tinggi dari para pesaingnya. Dilihat dari tabel 4.10 tidak ada atribut yang mengungguli

dari tingkat kepuasan masyarakat Terminal Giwangan, karena semua atribut bernilai negatif, sehingga perlu adanya upaya yang lebih dari manajemen terminal Jombor untuk meningkatkan pelayanannya.

3. Titik Peluang (*opportunity*)

Titik peluang merupakan titik dimana nilai kepuasan pelanggan yang dapat diperoleh oleh terminal Jombor dan pesaingnya adalah relatif sama atau selisih tidak terlalu besar sehingga tidak ada yang dianggap superior untuk atribut tersebut. Atribut keinginan pelanggan yang masuk kategori ini adalah atribut yang selisihnya lebih rendah daripada nilai rata-rata selisihnya (-0,229) atribut tersebut adalah:

1. Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik
2. Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti

Dengan melihat titik peluang yang ada. Pihak terminal dapat mengambil kesempatan untuk terus meningkatkan kepuasan masyarakat.

5.1.1.2 Analisa Matriks Informasi Teknikal

Tujuan melakukan analisa tentang matriks informasi teknikal adalah untuk mengetahui atribut mana yang harus mendapatkan prioritas dalam rangka usaha memenuhi apa yang diinginkan diharapkan oleh masyarakat. Sebagaimana telah dijelaskan pada analisa informasi informasi pelanggan, bahwa terdapat prioritas atribut keinginan pelanggan yang diperoleh berdasarkan tingkat bobot kolom antara matriks kebutuhan pelanggan dan matriks persyaratan teknikal. Dalam penelitian ini diprioritaskan 5 atribut terbesar yang menunjang atau mempengaruhi (hubungan kuat) dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan. Berikut ini adalah respon teknis berdasarkan tabel 4.17 yang memiliki bobot terbesar sampai terkecil.

1. Pendidikan dan pelatihan pegawai (SDM)
2. Menanamkan motivasi kepada setiap pegawai untuk memprioritaskan kepuasan konsumen

3. Penambahan/perbaikan fasilitas umum
4. Meningkatkan keamanan dengan pemantauan menggunakan cctv dan petugas security
5. Penataan dan perluasan lahan parkir, serta jalan keluar masuk kendaraan
6. Penambahan pos pusat informasi dan Penambahan display tentang informasi jadwal bus serta informasi lainnya

Setelah melakukan prioritas teknis, kemudian diteliti bagaimana hubungan korelasi antar respon teknis tersebut berdasarkan gambar 4.7.

BAB VI

KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh hasil dari *analisa House Of Quality* sebagai berikut:

1. Nilai ekspektasi masyarakat terhadap terminal Jombor lebih tinggi dibandingkan dengan kinerjanya. Hal ini membuktikan bahwa persepsi masyarakat terhadap terminal Jombor masih dibawah harapan. Dari 18 atribut *servqual* terdapat 12 atribut yang bernilai negatif dan 6 atribut yang bernilai positif. Hal ini menandakan bahwa kualitas pelayanan terminal masih dibawah harapan. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel 4.7
2. Atribut yang diprioritaskan untuk peningkatan kualitas layanan Terminal Jombor
 - Berdasarkan nilai tingkat kepentingan (*level of importance*), diperoleh atribut yang harus diprioritaskan oleh Terminal Jombor dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan jasa, yaitu: Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti, Tersedianya fasilitas WC yang memadai, Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik, Petugas ramah melayani calon penumpang dan Tersedianya tempat parkir yang memadai.
 - Selain mempertimbangkan *level of importance* juga dipertimbangkan faktor lain seperti *Row Weight* dalam menentukan prioritas atribut keinginan pelanggan. Berikut ini adalah kelima atribut yang harus diprioritaskan: Tersedianya fasilitas WC yang memadai, Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti, Petugas ramah

melayani calon penumpang, Tersedianya tempat parkir yang memadai dan Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik.

- Diperoleh atribut persyaratan teknis yang diprioritaskan berdasarkan bobot terbesar. Atribut tersebut adalah: Pendidikan dan pelatihan pegawai (SDM), Menanamkan motivasi kepada setiap pegawai untuk memprioritaskan kepuasan konsumen, Penambahan/perbaikan fasilitas umum, Meningkatkan keamanan dengan pemantauan menggunakan cctv dan petugas security, Penataan dan perluasan lahan parkir, serta jalan keluar masuk kendaraan dan yang terakhir Penambahan pos pusat informasi dan Penambahan display tentang informasi jadwal bus serta informasi lainnya
3. Hasil perbandingan berdasarkan titik kelemahan, titik kekuatan dan titik peluang Terminal Jombor terhadap pesaingnya.
- Terdapat 12 dari 12 atribut keinginan pelanggan yang menjadi titik kelemahan Terminal Jombor dibandingkan dengan Terminal Giwangan. Namun dari 12 atribut tersebut diurutkan menjadi 6 atribut yang paling menonjol atau yang selisih – rata nya lebih besar. Berikut ini atribut yang menjadi perhatian utama bagi Terminal Jombor: Petugas mampu memberikan keamanan dan kenyamanan calon penumpang, Jalur masuk dan keluar kendaraan yang memadai/luas, Tersedianya tempat parkir yang memadai, Tersedianya fasilitas wc yang memadai, Petugas ramah melayani calon penumpang dan Berusaha menawarkan bantuan tanpa diminta terlebih dahulu.
 - Dari segi titik kekuatan Terminal jombor masih tertinggal dari Terminal Giwangan. Sehingga tidak ada yang menjadi keunggulan dari 12 atribut tersebut.
 - Dari segi titik peluang ada 2 atribut yang selisihnya kecil atau dibawah rata-rata, sehingga atribut tersebut dikatakan titik peluang Terminal Jombor untuk mengungguli Terminal Giwangan sebagai pembandingnya. Berikut ini adalah atribut yang menjadi titik peluang Terminal Jombor: Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik dan Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti.

6.2 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan setelah melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Hasil pengukuran berdasarkan titik peluang dan titik kelemahan perlu menjadi perhatian jika pihak Terminal Jombor ingin meningkatkan kualitasnya setara atau melebihi pembandingnya..

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. 2000. Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Azzahra, Annisa. 2015. “Analisa Kualitas Pelayanan Publik terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan metode servperf-ipa-Csi”, Skripsi Universitas Islam Indonesia
- Bitner, M. J. dan Zeithaml, V. A., 2003, Service Marketing (3rd ed.), Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Bryman, A and Bell, E.2007, Bussiness Research Method New York: Oxford, University Press.
- Direktorat Jenderal Perhubungan Darat.2015. Peraturan menteri perhubungan Republik Indonesia. Diperoleh 10 September 2016,dari <http://hubdat.dephub.go.id/km/tahun-2015/1818-peraturan-menteri-perhubungan-republik-indonesia-nomor-pm-132-tahun-2015-tentang-penyelenggaraan-terminal-penumpang-angkutan-jalan>
- Dishub & Kominfo Kabupaten Sleman.2015.visi dan misi.diperoleh 11 September 2016,dari <http://hubkominfo.slemankab.go.id/profile/visi-dan-misi-2>
- Djaslim Saladin, 2004, Manajemen Strategi & Kebijakan Perusahaan, Edisi 5, Linda Karya, Bandung.
- Hair, J.F. 2010. Multivariate Data Analysis, Seventh Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip.1995.Manajemen Pemasaran. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip, 2000, Manajemen Pemasaran, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid 1, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2011. 10th Edition. “Marketing an Introduction”. Indonesia: Perason.
- Lovelock, Christopher dan Lauren Wright, 2002, Principle of Service Marketing and Management, Second Edition, New Jersey, Pearson Education International Inc.
- Marliana, Sonya dan Rini Dharmastiti. 2008. “Integrasi Servqual dan QFD Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Angkutan Massa Trans Jogja”, Skripsi Universitas Gajah Mada.
- Miro, Fidel. 1997, Sistem Transportasi Kota, Bandung, Penerbit Tarsito.
- Morlok, K Edward. 1995, Pengantar Teknik dan Perencanaan Transportasi, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Parasuraman, A., Leonard L Berry, Valerie A, Zeithaml. 1998. *Service quality : A multiple item scale for measuring consumer perception of service quality*. Journal of Marketing, vol 64, p 12-40.
- Parasuraman, A., Leonard L. Berry dan Zeithaml. V. A . 1985. “Problems and Strategies in Services Marketing”. Jurnal of Marketing Vol. 49. (Spring).
- Schiffman dan Kanuk. 2008. Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks

- Suliyanto, 2005. Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran. Edisi Pertama, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Surachman, Wiyogo, Rudy Soenoko dan Nasir Widha Setyanto. 2013. Integrasi Servqual Dan Quality Function Deployment Untuk Pengukuran Kualitas Layanan (Studi Kasus) : Program Studi Pendidikan Teknik Mesin, Universitas Palangka Raya) Penelitian, Universitas Brawijaya.
- Triana, Firda dan Ni Luh Putu Hariastuti. 2015. "Integrasi Servqual Dan Qfd Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Tempat Rekreasi Kenjeran Baru Surabaya", Skripsi Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya
- Tjiptono, F., dan Candra., 2005, Service Quality and Satisfaction, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2004, Manajemen Jasa. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2011, Pemasaran Jasa, Bayumedia, Malang.
- Tjiptono, F 1996, Manajemen Jasa, Penerbit Andi, Yogyakarta. of the Servqual Scale", Journal of Retailing.
- Zeithaml, V. A., A. Parasuraman, dan Leonard L. Berry, 1990, Delivering Quality Services, Free Press, New York.
- Parasuraman, A., Leonard L. Berry dan Zeithaml. V. A . 1985. "Problems and Strategies in Services Marketing". Jurnal of Marketing Vol. 49. (Spring).
- Zulian, Yamit. 2004. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat

LAMPIRAN 1

KUESIONER SERVQUAL(TERMINAL JOMBOR)



KUESIONER SERVICE QUALITY

Responden yth,

Saya dari Mahasiswa Peneliti Universitas Islam Indonesia yang sedang mengadakan penelitian untuk Tugas Akhir saya, mengenai Kualitas Pelayanan Terminal Jombor. Demi tercapainya hasil yang diinginkan, Kami sangat mengharapkan Bapak/Ibu/Saudara/i dapat mengisi daftar pertanyaan ini secara lengkap dan benar. Semua informasi yang diterima sebagai hasil dari kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya akan dipergunakan untuk kepentingan penelitian semata. Anda tidak perlu mencantumkan nama pada lembaran kuesioner ini. Terima kasih atas partisipasi Anda dalam penelitian ini.

Data Responden

Petunjuk pengisian: Berilah tanda centang (✓) untuk menjawab pertanyaan dibawah ini:

Jenis Kelamin: <input type="checkbox"/> Laki-laki <input type="checkbox"/> Perempuan	Pekerjaan : <input type="checkbox"/> Pegawai Negeri Sipil <input type="checkbox"/> wiraswasta <input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa <input type="checkbox"/> Lainnya....
Usia Responden : <input type="checkbox"/> < 17 Tahun <input type="checkbox"/> 17 – 55 Tahun <input type="checkbox"/> > 55 Tahun	Tujuan : <input type="checkbox"/> dalam/luar kota/luar provinsi <input type="checkbox"/> Mengantar/menjemput Saudara/teman <input type="checkbox"/> Lain-lain

LAMPIRAN 2

KUESIONER CCE (TERMINAL GIWANGAN)



KUESIONER SERVICE QUALITY

Responden yth,

Saya dari Mahasiswa Peneliti Universitas Islam Indonesia yang sedang mengadakan penelitian untuk Tugas Akhir saya, mengenai Kualitas Pelayanan Terminal Jombor. Demi tercapainya hasil yang diinginkan, Kami sangat mengharapkan Bapak/Ibu/Saudara/i dapat mengisi daftar pertanyaan ini secara lengkap dan benar. Semua informasi yang diterima sebagai hasil dari kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya akan dipergunakan untuk kepentingan penelitian semata. Anda tidak perlu mencantumkan nama pada lembaran kuesioner ini. Terima kasih atas partisipasi Anda dalam penelitian ini.

Data Responden

Petunjuk pengisian: Berilah tanda centang (✓) untuk menjawab pertanyaan dibawah ini:

Jenis Kelamin: <input type="checkbox"/> Laki-laki <input type="checkbox"/> Perempuan	Pekerjaan : <input type="checkbox"/> Pegawai Negeri Sipil <input type="checkbox"/> wiraswasta <input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa <input type="checkbox"/> Lainnya....
Usia Responden : <input type="checkbox"/> < 17 Tahun <input type="checkbox"/> 17 – 55 Tahun <input type="checkbox"/> > 55 Tahun	Tujuan : <input type="checkbox"/> dalam/luar kota/luar provinsi <input type="checkbox"/> Mengantar/menjemput Saudara/teman <input type="checkbox"/> Lain-lain

Petunjuk pengisian: Berilah tanda centang (✓) untuk menjawab pertanyaan dibawah ini:

ASPEK PELAYANAN		KINERJA				
		SANGAT TIDAK PUAS	TIDAK PUAS	CUKUP PUAS	PUAS	SANGAT PUAS
		1	2	3	4	5
Tangible	1. Tersedianya Tempat parkir yang memadai					
	2. Tersedianya tempat duduk halte yang memadai					
	3. Tersedianya fasilitas WC yang memadai					
	4. Memadainya Mushola/tempat ibadah					
	5. Kebersihan dan kerapihan terminal yang baik					
	6. Pemakaian atribut petugas yang lengkap					
	7. Jalur masuk dan keluar kendaraan yang memadai/luas					
Reliability	8. Petugas terminal mampu menyelesaikan masalah yang anda alami					
	9. Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti					
	10. Kemudahan memperoleh informasi					
Responsiveness	11. Kecepatan pelayanan loket tiket bus resmi					
	12. Berusaha menawarkan bantuan tanpa diminta terlebih dahulu					
	13. Respon/kesigapan petugas dalam menangani keluhan penumpang					
Assurance	14. Petugas memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik					
	15. Petugas ramah melayani calon penumpang					
	16. Petugas mampu memberikan keamanan dan kenyamanan pada calon penumpang					
Empathy	17. Petugas Memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial					
	18. Petugas memberikan perhatian personal terhadap calon penumpang yang mengalami kesulitan					

LAMPIRAN 3

OUTPUT SPSS PERHITUNGAN KONSUMEN

Correlations

		x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	totxx
x1	Pearson Correlation	1	-,031	,080	,029	,203*	,004	,105	,021	-,070	-,051	,043	,137	,069	,160	-,035	,095	,025	,165	,287**
	Sig. (2-tailed)		,733	,386	,756	,026	,967	,255	,818	,447	,577	,640	,136	,451	,081	,704	,302	,785	,072	,002
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2	Pearson Correlation	-,031	1	-,001	,081	,027	,193*	,064	,061	,096	,208*	,102	,103	,179	-,041	,068	,103	,159	,184*	,378**
	Sig. (2-tailed)	,733		,992	,379	,771	,035	,485	,505	,298	,023	,270	,261	,050	,655	,459	,265	,083	,044	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x3	Pearson Correlation	,080	-,001	1	,040	-,058	,084	,194*	,037	,063	,038	,246**	,094	,197*	,193*	,307*	,331*	,248*	,062	,457**
	Sig. (2-tailed)	,386	,992		,666	,530	,361	,034	,691	,493	,684	,007	,308	,031	,034	,001	,000	,006	,500	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x4	Pearson Correlation	,029	,081	,040	1	,041	,133	-,097	,169	,155	,065	,378**	,035	,127	-,020	,229*	,076	,039	,099	,376**
	Sig. (2-tailed)	,756	,379	,666		,657	,149	,291	,065	,091	,482	,000	,704	,168	,828	,012	,412	,674	,283	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x5	Pearson Correlation	,203*	,027	-,058	,041	1	-,087	,059	,045	,039	-,095	,016	,044	,049	,100	,014	,017	,030	,164	,238**
	Sig. (2-tailed)	,026	,771	,530	,657		,344	,520	,629	,671	,300	,866	,635	,592	,277	,879	,852	,745	,074	,009
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x6	Pearson Correlation	,004	,193*	,084	,133	-,087	1	,227*	,030	,160	,035	,212*	,036	,235*	,162	,040	-,079	,103	,005	,365**
	Sig. (2-tailed)	,967	,035	,361	,149	,344		,013	,747	,081	,708	,020	,694	,010	,078	,665	,392	,263	,956	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x7	Pearson Correlation	,105	,064	,194*	-,097	,059	,227*	1	-,196*	,094	,118	-,010	,237*	,187*	,139	,180*	,158	,070	,044	,384**
	Sig. (2-tailed)	,255	,485	,034	,291	,520	,013		,032	,309	,200	,913	,009	,040	,130	,049	,084	,444	,631	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

x16	Pearson Correlation	,095	,103	,331**	,076	,017	-,079	,158	,091	,114	,135	,138	,179	-,017	,073	,239*	1	,245*	,097	,441**
	Sig. (2-tailed)	,302	,265	,000	,412	,852	,392	,084	,325	,216	,142	,133	,050	,858	,427	,009		,007	,292	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x17	Pearson Correlation	,025	,159	,248**	,039	,030	,103	,070	,109	,076	,099	,244**	,055	,065	,216*	,115	,245*	1	-,034	,421**
	Sig. (2-tailed)	,785	,083	,006	,674	,745	,263	,444	,235	,407	,282	,007	,554	,478	,018	,211	,007		,710	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x18	Pearson Correlation	,165	,184*	,062	,099	,164	,005	,044	,154	-,078	,092	,077	,195*	,004	,237*	,041	,097	-,034	1	,359**
	Sig. (2-tailed)	,072	,044	,500	,283	,074	,956	,631	,093	,398	,315	,403	,033	,969	,009	,653	,292	,710		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
totx x	Pearson Correlation	,287**	,378**	,457**	,376**	,238**	,365**	,384**	,245**	,389*	,325**	,481**	,369*	,440*	,402*	,465*	,441*	,421*	,359*	1
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000	,009	,000	,000	,007	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,650	18

Correlations

		x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	totxx
x1	Pearson Correlation	1	,032	,143	,147	,155	,008	,108	,023	,022	,127	,144	-,037	,123	,015	,137	,089	,145	-,026	,365**
	Sig. (2-tailed)		,731	,120	,109	,092	,928	,242	,804	,807	,166	,115	,687	,181	,869	,135	,336	,113	,782	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2	Pearson Correlation	,032	1	,084	-,050	,038	,033	,228*	,077	,139	,154	,179	,126	,074	,027	,123	,158	-,025	-,044	,366**
	Sig. (2-tailed)	,731		,360	,587	,679	,717	,012	,402	,130	,092	,050	,170	,421	,773	,181	,086	,787	,634	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x3	Pearson Correlation	,143	,084	1	,101	,221*	,011	,164	,005	,123	,121	,123	,065	,236*	-,006	,204*	,132	,096	,076	,441**
	Sig. (2-tailed)	,120	,360		,271	,015	,909	,073	,959	,180	,188	,182	,481	,010	,945	,025	,152	,298	,411	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x4	Pearson Correlation	,147	-,050	,101	1	,078	,063	-,043	,119	,174	,142	,170	-,009	,232*	,053	-,056	,138	,057	,057	,358**
	Sig. (2-tailed)	,109	,587	,271		,400	,492	,643	,197	,057	,121	,063	,923	,011	,569	,543	,134	,539	,534	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x5	Pearson Correlation	,155	,038	,221*	,078	1	,013	,003	,090	-,007	,106	,001	,138	,049	,059	,152	-,021	-,079	,103	,316**
	Sig. (2-tailed)	,092	,679	,015	,400		,889	,972	,326	,939	,250	,993	,133	,593	,526	,098	,820	,394	,261	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x6	Pearson Correlation	,008	,033	,011	,063	,013	1	,156	,071	,015	,137	,026	,198*	,243*	-,029	-,055	-,038	,010	,014	,288**
	Sig. (2-tailed)	,928	,717	,909	,492	,889		,089	,441	,873	,136	,782	,030	,007	,756	,549	,678	,910	,883	,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

x7

x14	Pearson Correlation	,015	,027	-,006	,053	,059	-,029	,008	,041	-,056	,083	,112	,006	,025	1	,072	,127	,026	,236*	,269**
	Sig. (2-tailed)	,869	,773	,945	,569	,526	,756	,931	,655	,543	,367	,221	,947	,786		,436	,167	,777	,009	,003
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x15	Pearson Correlation	,137	,123	,204*	-,056	,152	-,055	,203*	-,027	,080	,087	,097	,012	,079	,072	1	,178	,217*	,154	,408**
	Sig. (2-tailed)	,135	,181	,025	,543	,098	,549	,026	,769	,383	,347	,293	,895	,389	,436		,052	,017	,092	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x16	Pearson Correlation	,089	,158	,132	,138	-,021	-,038	,073	,170	,166	,012	,170	,020	,248*	,127	,178	1	,257*	,240*	,470**
	Sig. (2-tailed)	,336	,086	,152	,134	,820	,678	,431	,063	,070	,901	,064	,827	,006	,167	,052		,005	,008	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x17	Pearson Correlation	,145	-,025	,096	,057	-,079	,010	,023	-,226*	,158	,174	,186*	,051	,114	,026	,217*	,257*	1	,185*	,363**
	Sig. (2-tailed)	,113	,787	,298	,539	,394	,910	,800	,013	,084	,057	,042	,579	,214	,777	,017	,005		,043	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x18	Pearson Correlation	-,026	-,044	,076	,057	,103	,014	,080	,036	-,020	-,025	,166	,013	,015	,236*	,154	,240*	,185*	1	,332**
	Sig. (2-tailed)	,782	,634	,411	,534	,261	,883	,383	,699	,824	,786	,070	,884	,873	,009	,092	,008	,043		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
totx x	Pearson Correlation	,365*	,366*	,441*	,358*	,316*	,288*	,372*	,242*	,360*	,401*	,460*	,292*	,467*	,269*	,408*	,470*	,363*	,332*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,008	,000	,000	,000	,001	,000	,003	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,618	18

LAMPIRAN 4

REKAPITULASI KUESIONER EKSPEKTASI (TERMINAL JOMBOR)

NO. Responden	Tingkat harapan																		total	
	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18		
1	4	4	2	1	2	3	5	3	3	5	2	1	4	2	1	3	4	3	52	
2	3	3	5	2	2	4	3	3	1	1	1	4	4	3	5	5	5	2	56	
3	1	3	2	2	1	5	2	5	5	5	3	1	2	5	1	2	2	5	52	
4	4	1	1	3	5	1	2	5	5	5	1	2	3	5	2	1	4	4	54	
5	4	4	5	2	5	4	5	4	4	5	3	5	4	5	5	3	3	3	73	
6	2	3	5	1	4	2	1	3	5	3	3	4	5	3	4	5	5	5	63	
7	1	2	4	4	5	3	3	2	5	5	1	1	5	4	3	2	1	4	55	
8	5	2	5	5	2	4	4	3	1	3	5	1	3	5	2	1	4	5	60	
9	5	2	3	5	4	5	3	2	2	3	4	1	4	4	4	2	1	5	59	
10	1	1	3	3	1	5	2	3	2	4	2	1	3	5	4	2	4	1	47	
11	2	4	4	5	5	4	2	1	1	1	5	2	5	4	3	1	5	2	56	
12	5	3	3	5	4	4	1	4	4	5	2	1	2	2	3	2	3	5	58	
13	2	3	2	1	1	4	4	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	42	
14	1	3	3	2	3	1	2	3	3	2	2	5	2	4	4	3	2	5	50	
15	2	4	1	3	4	3	1	3	2	4	3	1	3	4	1	5	3	3	50	
16	1	1	1	3	3	1	1	4	2	1	5	2	2	5	5	4	3	4	48	
17	3	2	2	2	3	4	5	1	2	1	3	5	1	5	4	2	5	2	52	
18	1	3	4	1	1	4	4	2	4	1	1	2	3	4	5	3	4	1	48	
19	3	2	3	1	1	5	4	3	2	2	2	1	1	4	4	4	4	3	49	
20	3	3	2	1	1	1	3	3	4	2	1	2	4	3	1	5	1	5	45	
21	2	2	3	2	2	5	5	3	5	5	2	5	3	5	2	4	4	2	61	
22	2	5	1	4	3	4	2	1	5	2	5	5	4	3	1	1	5	4	57	
23	3	1	1	5	1	5	2	4	5	4	5	2	1	1	3	5	4	2	54	
24	2	2	4	5	4	5	4	5	4	5	2	3	5	1	2	3	1	5	62	
25	1	5	2	3	1	5	5	5	4	5	1	5	5	4	2	3	4	5	65	
26	3	2	5	1	5	3	1	2	3	2	5	1	3	4	4	3	3	4	54	
27	5	1	5	1	5	2	3	4	2	2	3	2	1	2	1	4	5	4	52	
28	2	2	4	3	4	3	3	1	5	5	3	4	4	2	5	1	4	4	60	
29	2	3	3	4	4	2	1	1	3	1	3	3	5	1	2	2	2	2	44	
30	1	5	1	3	2	4	2	2	4	4	2	2	1	2	5	1	2	5	48	
31	4	4	2	2	1	2	1	3	3	5	2	3	1	4	2	3	1	5	48	
32	4	4	4	1	3	2	3	2	2	5	2	4	5	3	5	1	3	3	56	
33	5	5	1	1	5	1	4	4	2	4	1	4	2	3	3	5	2	2	54	
34	1	1	3	3	3	4	3	5	2	3	4	4	2	1	1	4	4	1	49	
35	2	2	1	5	3	4	1	4	4	2	4	3	4	1	3	1	2	1	47	
36	2	3	5	1	1	1	4	1	3	5	2	2	5	2	2	4	5	3	51	
37	4	5	3	4	1	2	3	3	4	4	4	1	4	2	4	4	5	3	60	
38	5	5	3	1	2	3	1	5	2	1	3	5	2	3	2	1	4	5	53	
39	1	2	5	3	1	2	1	5	1	3	5	1	2	5	3	2	5	3	50	
40	4	4	2	2	5	2	4	2	3	3	1	2	5	1	1	1	2	1	45	
41	4	2	4	3	5	3	4	1	5	1	3	3	2	4	3	5	5	1	58	
42	4	5	3	4	1	5	3	1	3	4	3	3	4	4	4	1	2	1	55	
43	3	4	3	3	5	5	1	3	4	3	3	2	5	5	3	3	3	2	60	
44	1	3	2	2	5	3	5	2	5	2	2	5	4	3	3	5	4	3	59	
45	2	5	2	5	4	4	3	3	1	3	3	4	2	3	2	5	4	5	60	
46	5	1	4	5	2	1	1	3	5	2	5	5	2	4	5	5	2	2	59	
47	3	3	2	4	3	1	3	2	3	5	1	2	1	2	2	1	2	3	43	
48	5	1	4	5	4	2	1	3	1	1	5	4	1	4	4	5	5	4	59	
49	5	5	4	3	2	5	5	1	4	3	5	1	4	2	2	5	1	4	61	
50	2	3	5	1	2	3	4	1	1	1	1	4	1	2	1	3	2	3	40	
51	3	2	4	5	1	2	4	5	2	1	2	4	3	3	4	3	2	4	54	
52	2	5	4	5	4	1	3	3	5	2	3	2	1	2	4	5	5	1	57	
53	2	5	1	3	4	4	1	4	3	1	5	2	4	1	3	2	1	2	48	
54	4	4	3	5	1	5	2	3	3	1	1	4	2	3	1	1	5	5	53	
55	4	4	4	5	5	4	4	3	2	1	3	2	4	4	3	4	4	3	63	
56	5	3	3	4	5	4	2	5	3	3	2	4	2	4	2	2	1	4	58	
57	4	4	2	2	1	3	4	2	5	3	3	3	5	3	2	2	2	1	51	
58	4	4	4	1	1	5	1	4	3	2	4	4	5	4	3	2	3	4	58	
59	1	1	4	5	1	2	4	4	4	3	5	1	5	3	5	2	3	2	55	
60	5	1	4	2	4	1	2	5	4	4	1	5	5	2	3	3	5	2	58	
61	4	1	4	3	2	1	5	1	1	1	3	2	5	4	4	3	3	3	50	
62	1	5	5	1	1	5	5	3	3	5	4	2	4	3	4	3	4	3	61	
63	3	5	5	4	5	3	5	5	3	2	5	5	2	2	1	3	2	5	65	
64	5	1	3	3	2	5	4	1	3	1	3	4	3	5	2	2	2	3	52	
65	2	4	1	3	4	1	1	4	3	5	1	2	1	1	1	4	5	3	46	
66	2	5	2	5	2	5	1	4	5	4	4	1	5	3	4	1	5	4	62	
67	4	1	2	1	5	3	2	4	5	3	2	1	1	2	4	1	1	2	44	
68	2	5	4	5	3	5	3	1	3	3	5	5	4	2	5	3	3	4	65	
69	2	2	4	4	4	1	4	3	5	3	3	2	1	5	3	3	4	5	58	
70	1	3	5	3	1	5	2	1	5	5	3	5	1	3	2	5	3	3	56	
71	1	5	2	3	4	2	1	3	3	1	3	5	2	4	3	1	2	5	50	
72	5	2	2	5	2	1	2	3	1	4	2	4	3	1	3	2	2	4	48	
73	4	1	3	1	4	1	5	1	3	4	1	4	3	4	5	4	1	3	52	
74	3	5	5	3	3	3	3	3	4	2	3	2	2	4	2	3	4	2	56	
75	1	2	4	5	1	3	2	2	5	4	4	2	5	2	5	4	1	1	53	
76	5	3	2	3	4	5	1	4	5	3	1	1	2	5	2	1	3	1	51	
77	2	2	2	2	2	2	4	3	3	5	1	4	1	1	3	2	4	3	46	
78	4	5	3	2	5	2	3	1	1	4	1	1	1	4	5	5	5	5	57	
79	4	4	5	2	1	2	4	3	4	5	1	5	1	3	5	2	4	60		
80	5	4	1	4	2	2	3	3	1	2	4	5	1	2	4	3	1	5	52	
81	5	1	1	4	5	5	4	2	5	2	1	5	3	2	3	3	1	4	56	
82	2	4	5	4	2	3	1	5	2	5	1	3	5	3	5	5	1	5	61	
83	4	2	3	2	3	3	4	3	1	1	2	2	2	1	1	4	1	3	42	
84	5	1	3	1	3	1	1	1	2	3	4	5	2	1	1	2	1	3	40	
85	2	2	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	3	3	73	
86	3	5	3	3	4	1	1	3	5	5	1	3	2	5	3	4	4	5	60	
87	1	2	3	1	5	3	1	5	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	34	
88	1	3	1	2	5	4	5	2	1	4	1	1	4	3	3	5	1	3	4	52
89	2	3	1	4	2	2	1	3	1	5	2	4	5	1	1	2	2	3	44	
90	3	5	5	3	1	4	1	5	4	4	2	2	3	1	3	4	5	1	56	
91	5	1	4	2	5	2	4	4	3	1	1	3	4	5	1	2	3	4	54	
92	4	2	1	1	4	3	5	1	5	4	4	3	4	5	2	3	4	4	59	
93	3	5	3	2	4	5	4	2	3	5	3	3	5	1	3	2	4	3	60	
94	4	1	5	3	1	5	5	1	4	3	2	3	4	4	5	1	2	2	55	
95	2	4	2	4	3	2	1	5	5	1	2	2	2	3	2	1	1	3	45	

REKAPITULASI KUESIONER KINERJA (TERMINAL JOMBOR)

NO. Responden	Tingkat Kinerja																	total		
	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17		x18	
1	3	4	4	2	4	5	4	3	5	2	2	2	5	2	3	3	2	3	58	
2	1	4	2	2	1	4	3	3	2	3	4	1	2	1	2	3	1	3	42	
3	3	5	2	3	1	4	4	5	2	2	5	1	1	3	1	5	5	5	57	
4	4	3	4	1	4	3	5	1	4	3	2	1	4	1	4	3	3	3	53	
5	3	1	2	2	4	1	2	2	1	3	1	3	4	2	4	5	4	2	46	
6	1	2	5	3	3	3	2	5	1	4	2	1	3	4	2	4	4	4	53	
7	3	1	3	2	3	3	2	3	5	3	1	3	1	5	1	1	2	2	44	
8	5	3	2	3	2	5	4	4	2	3	4	3	2	4	3	3	4	2	58	
9	1	3	2	5	2	4	2	2	2	3	1	5	3	5	3	2	4	4	54	
10	5	1	3	1	5	5	2	5	2	4	3	4	3	3	1	2	1	3	53	
11	2	1	3	4	5	4	2	2	3	2	1	2	2	4	5	4	5	3	54	
12	2	2	4	4	2	3	4	3	3	4	5	1	5	3	2	1	2	1	51	
13	5	4	4	4	5	5	5	5	1	4	1	1	1	3	3	3	1	2	57	
14	2	5	4	1	4	1	3	4	3	3	2	5	1	4	5	2	4	1	54	
15	3	3	5	3	5	4	1	2	5	3	5	4	5	4	1	5	5	3	66	
16	3	3	5	4	5	5	2	2	1	4	1	5	5	1	3	1	3	4	57	
17	3	1	4	3	5	2	2	1	3	2	5	1	3	4	5	2	5	3	54	
18	2	3	2	2	3	4	2	3	3	4	2	5	1	5	4	3	2	5	55	
19	4	2	3	3	3	2	1	5	2	5	5	1	3	2	5	4	5	3	58	
20	3	3	1	2	1	1	5	2	5	1	1	1	3	4	4	4	1	5	47	
21	3	4	5	5	5	3	3	1	1	3	2	3	2	4	3	1	3	4	55	
22	5	4	1	3	2	4	5	4	3	5	3	1	3	2	1	2	1	1	50	
23	5	3	5	1	2	1	4	1	3	1	1	4	1	1	2	3	5	3	46	
24	2	2	1	4	2	2	2	1	1	1	2	2	3	5	4	5	3	4	46	
25	2	3	2	1	5	1	2	3	1	3	3	4	1	3	2	4	1	2	43	
26	5	3	5	1	5	1	5	1	3	4	5	4	2	2	5	3	5	4	63	
27	2	2	2	5	1	2	1	5	3	3	2	2	5	1	3	3	4	3	49	
28	2	5	3	1	3	2	4	2	2	5	4	5	4	4	4	4	5	3	62	
29	5	1	1	1	2	2	5	2	1	1	5	2	1	4	4	4	2	3	5	47
30	1	5	1	1	5	5	5	4	3	2	4	4	3	4	1	2	3	2	55	
31	5	2	5	3	4	4	1	1	2	3	4	2	5	3	5	4	4	3	60	
32	1	4	5	4	4	4	5	4	1	3	4	4	2	5	3	2	1	2	58	
33	5	4	3	2	2	5	2	5	1	4	2	2	5	5	4	1	4	4	60	
34	1	5	3	4	4	1	4	4	4	4	5	4	3	4	5	2	3	3	63	
35	4	2	2	1	3	5	4	3	3	2	2	2	1	3	5	1	3	3	49	
36	5	3	4	5	5	4	1	3	3	3	2	5	5	1	1	1	3	1	55	
37	5	2	1	1	3	2	1	2	3	3	2	3	1	4	3	2	5	3	46	
38	1	4	2	2	2	3	5	3	5	2	4	5	2	2	4	2	2	3	53	
39	2	2	2	5	5	5	4	5	5	1	3	5	4	3	2	5	4	5	67	
40	5	5	1	5	4	4	3	3	1	4	5	1	4	5	4	3	2	2	61	
41	1	1	2	5	2	4	1	3	5	4	5	4	5	4	4	2	3	3	58	
42	5	1	4	5	4	3	4	1	3	2	5	5	3	4	3	2	4	4	62	
43	3	1	3	3	3	4	5	2	2	5	2	1	5	3	4	2	3	3	54	
44	3	5	1	4	3	5	4	2	3	3	4	4	1	2	1	5	4	5	59	
45	2	5	1	1	3	2	5	2	4	4	5	2	4	5	1	3	4	5	58	
46	4	4	4	2	5	1	3	3	2	5	1	3	4	3	4	3	4	2	57	
47	2	4	3	4	4	4	1	4	3	3	4	5	5	1	1	3	2	2	55	
48	2	4	4	5	4	4	5	3	4	5	3	1	4	2	2	5	4	4	65	
49	1	1	1	2	1	1	2	4	3	1	4	1	1	2	4	2	5	5	41	
50	1	4	4	2	4	2	4	5	5	2	4	1	1	2	1	1	2	50		
51	3	4	2	2	1	5	5	1	2	5	2	5	4	3	1	5	4	3	57	
52	3	5	1	1	5	5	3	3	1	3	1	4	1	1	5	1	1	5	49	
53	3	5	1	3	4	2	1	5	4	3	3	4	5	1	4	4	4	1	57	
54	1	5	1	2	1	5	1	3	4	2	3	4	1	1	2	1	1	2	40	
55	1	2	1	2	1	2	1	3	3	4	1	5	5	5	3	4	4	4	51	
56	2	1	4	4	5	3	3	5	5	2	1	2	3	3	2	1	2	5	53	
57	1	2	2	2	5	5	4	5	2	5	1	5	1	3	5	2	2	2	54	
58	1	5	3	3	3	3	1	1	1	5	5	2	2	2	4	1	4	5	51	
59	1	5	5	1	2	2	1	3	3	2	3	3	2	5	3	5	2	2	50	
60	4	5	5	3	5	3	5	4	3	5	4	2	5	1	3	5	1	2	65	
61	1	1	3	1	1	4	3	2	2	2	1	2	4	4	1	2	4	2	40	
62	1	1	5	4	1	5	5	1	2	2	2	3	4	1	3	2	1	1	44	
63	4	3	1	5	1	5	2	2	1	3	4	5	4	1	1	2	3	1	48	
64	4	2	2	1	3	5	1	2	4	3	3	1	4	5	3	1	5	3	52	
65	1	4	2	3	3	3	2	3	5	2	5	2	1	2	2	5	5	3	53	
66	2	5	2	5	2	3	3	1	4	3	3	1	3	3	2	3	4	2	51	
67	3	5	1	3	4	2	3	3	1	1	5	2	3	4	5	5	1	3	54	
68	5	5	1	4	3	1	1	1	5	2	1	4	2	4	1	2	1	1	44	
69	5	1	2	4	5	1	3	3	4	3	2	1	3	1	5	4	3	5	55	
70	4	1	2	4	5	3	2	5	3	2	1	2	3	1	1	2	2	1	44	
71	2	2	1	4	2	5	1	4	4	5	1	3	2	3	1	5	4	2	51	
72	2	1	4	3	1	2	1	5	1	4	3	3	1	5	1	2	2	4	45	
73	2	1	5	5	2	5	2	1	5	3	4	2	4	1	4	4	5	5	60	
74	3	1	1	2	1	5	4	5	3	3	3	1	3	2	1	1	1	3	43	
75	3	4	3	5	1	3	5	3	5	1	1	1	5	2	2	3	5	1	53	
76	2	2	1	5	5	1	1	3	5	1	4	1	4	4	1	1	1	3	45	
77	2	4	2	3	5	1	1	5	2	2	1	1	3	5	2	5	1	5	50	
78	5	4	5	1	4	3	1	1	3	2	3	5	4	3	3	2	1	2	52	
79	1	5	2	1	3	5	2	1	1	5	5	4	5	3	3	2	5	5	58	
80	4	4	4	2	1	4	2	2	2	1	3	2	5	2	1	3	4	2	48	
81	3	3	3	1	3	4	3	4	5	2	1	4	4	1	5	4	5	2	57	
82	1	1	2	4	5	5	1	3	4	2	3	4	5	4	3	4	2	3	56	
83	4	2	3	5	4	1	1	2	3	5	4	4	1	1	2	3	5	2	52	
84	4	1	1	5	5	5	2	5	3	5	5	4	4	5	1	3	1	2	61	
85	5	4	4	3	3	2	3	5	5	4	4	2	1	3	4	5	2	3	62	
86	1	3	3	3	2	1	2	5	3	2	2	5	5	2	2	5	2	5	53	
87	3	3	3	5	2	2	1	2	4	5	5	5	2	1	2	2	4	3	54	
88	1	1	1	1	3	3	5	3	3	4	4	4	1	1	3	2	5	2	47	
89	2	5	2	3	2	5	4	2	5	3	1	3	2	1	5	2	5	1	53	
90	5	1	3	4	2	2	2	3	3	2	4	3	3	2	1	4	5	5	54	
91	3	2	2	5	5	1	5	2	2	5	3	3	2	4	1	1	4	5	55	
92	5	5	3	3	1	1	3	5	5	3	5	1	5	2	5	5	3	1	61	
93	2	2	5	4	3	1	4	5	1	2	4	1	1	5	4	5	3	4	56	
94	1	4	3	2	3	1	2	1	3	3	2	2	1	5	1	2	4	2	42	
95	5	3	2	5	5	2	2	3	2	3	3	2	1	2	3	1	4	2	50	
96	5	1	2	5	1	4														

LAMPIRAN 5

REKAPITULASI KUESIONER KINERJA (TERMINAL GIWANGAN)

NO. Responden	Tingkat Kinerja																		total
	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	
1	3	1	4	1	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	3	1	2	49
2	2	1	3	4	4	4	2	3	2	1	2	4	5	1	5	5	3	5	56
3	1	4	3	3	5	5	3	4	2	1	2	4	4	4	4	4	5	3	61
4	5	3	4	3	3	4	4	2	5	5	4	3	3	4	2	4	1	5	64
5	1	3	3	3	4	4	4	4	1	3	1	3	3	3	3	1	2	1	47
6	5	5	4	3	4	5	4	4	5	3	5	3	5	4	2	4	1	1	67
7	4	2	1	2	2	4	4	3	4	1	3	2	5	4	3	2	4	2	55
8	4	5	4	5	2	4	5	3	5	2	5	4	2	2	4	1	2	3	62
9	3	2	3	5	5	4	2	4	3	2	2	1	4	3	2	2	3	3	53
10	3	5	4	4	3	4	2	4	1	4	3	5	3	3	3	5	2	4	62
11	3	4	1	3	2	5	3	3	5	5	1	5	5	2	5	2	4	1	59
12	2	3	4	4	1	4	1	4	4	2	5	4	1	3	3	3	4	3	55
13	4	5	5	1	5	4	1	4	1	4	1	1	2	5	5	1	3	2	54
14	4	1	5	4	4	4	3	3	1	1	1	3	3	2	2	1	1	3	46
15	1	2	5	4	4	4	3	1	3	5	5	4	4	4	3	1	1	5	59
16	2	5	3	1	4	4	2	4	4	3	3	3	2	5	5	1	5	3	59
17	3	5	2	2	3	5	4	5	2	4	3	2	3	3	2	4	4	1	57
18	4	3	3	2	5	4	1	5	5	3	3	5	3	2	5	2	3	2	60
19	2	3	2	5	4	4	4	3	3	3	1	4	1	5	1	3	3	2	53
20	4	3	5	4	4	4	3	2	3	4	3	5	4	3	4	3	1	2	61
21	1	2	1	5	4	4	5	2	4	1	2	5	3	3	3	1	1	3	50
22	3	3	2	5	3	4	2	3	2	1	2	1	2	2	3	5	4	4	51
23	5	2	1	1	4	1	4	2	3	4	5	3	5	5	2	1	5	1	54
24	1	3	5	5	4	5	4	1	2	5	3	3	2	1	5	5	2	1	57
25	2	4	5	1	4	4	3	4	2	5	5	2	2	5	3	2	3	2	58
26	5	3	1	5	4	4	3	2	5	5	4	2	1	1	5	5	4	5	64
27	5	4	3	1	5	3	1	5	2	3	2	1	4	1	3	4	5	5	57
28	3	4	4	3	5	4	4	3	4	1	5	3	2	2	4	5	4	1	61
29	1	4	1	2	1	5	2	5	2	3	3	5	1	5	2	3	5	3	53
30	5	4	3	3	3	4	4	1	5	5	4	3	3	5	4	4	5	2	67
31	5	3	5	3	3	4	3	3	1	2	5	2	5	3	1	3	4	4	59
32	2	4	3	2	1	3	3	3	3	3	1	3	5	2	4	1	5	4	52
33	5	4	2	2	4	4	5	2	5	3	1	2	1	1	5	5	1	4	56
34	2	3	1	1	4	4	3	5	4	5	4	3	3	2	2	5	3	4	58
35	3	5	4	1	4	5	5	3	3	5	2	5	1	1	3	2	4	4	60
36	1	5	2	5	5	4	3	3	5	3	5	3	5	5	2	4	2	3	65
37	4	1	4	5	4	2	1	4	3	2	5	4	1	2	3	4	1	5	55
38	1	5	1	1	5	2	5	4	4	5	3	4	1	1	2	5	4	5	58
39	1	5	4	3	2	3	1	3	2	3	5	4	1	4	1	2	4	4	52
40	2	3	3	1	4	5	4	5	2	4	1	2	4	5	2	1	5	4	57
41	4	4	2	2	2	5	4	2	5	3	2	4	5	2	2	1	4	4	55
42	2	4	5	4	5	1	4	2	5	2	3	2	5	3	4	3	2	4	60
43	1	4	2	5	2	2	3	5	1	4	4	4	4	3	4	1	3	5	57
44	5	4	4	4	3	4	1	4	4	4	1	3	2	4	3	3	2	4	59
45	4	1	4	4	1	4	5	4	5	5	5	5	5	3	1	3	4	4	67
46	4	3	2	1	5	2	3	4	4	2	3	3	3	2	3	5	2	5	56
47	3	5	2	2	3	4	5	1	1	1	1	3	5	5	4	3	2	1	51
48	1	2	5	2	5	2	5	4	1	5	5	2	1	5	3	5	1	2	56
49	1	3	2	3	2	4	1	1	1	2	2	4	2	5	1	5	5	5	49
50	3	4	2	1	4	5	3	2	1	1	3	1	1	1	4	4	1	2	43
51	1	4	2	2	5	5	4	5	3	1	2	5	5	2	5	4	2	2	62
52	5	3	2	3	4	4	3	3	4	2	4	3	5	3	5	4	1	1	59
53	5	5	4	2	2	2	3	2	1	5	3	3	4	1	5	5	1	4	57
54	2	2	3	2	2	5	3	5	4	1	5	5	3	2	5	3	1	4	57
55	1	2	3	3	1	3	1	2	2	3	1	5	3	1	5	3	5	4	47
56	5	4	5	5	1	3	4	1	1	4	4	4	2	1	4	3	1	5	57
57	4	1	4	3	4	4	2	4	3	5	5	3	2	2	5	1	2	1	55
58	3	2	4	5	4	2	5	4	3	5	5	3	2	3	3	1	4	4	62
59	1	2	2	4	4	4	5	1	4	4	2	1	4	5	3	4	4	2	56
60	4	1	2	5	4	3	3	3	4	4	2	1	3	2	1	4	1	4	51
61	2	5	2	3	3	4	4	3	1	1	4	1	2	5	5	2	5	2	54
62	2	4	1	1	2	5	4	2	4	5	2	2	3	5	4	2	2	1	51
63	4	3	2	5	4	3	4	5	3	1	4	1	2	2	1	5	1	4	54
64	5	3	1	5	2	2	3	3	4	4	5	3	1	5	4	4	4	5	63
65	3	2	4	1	2	4	4	4	1	5	5	1	5	2	4	4	4	2	57
66	2	2	3	5	4	2	1	4	5	1	1	5	4	2	5	2	4	3	55
67	1	1	1	2	4	4	1	2	5	1	5	2	5	2	5	2	5	5	53
68	2	1	5	4	4	1	2	4	4	4	5	3	5	5	2	3	2	1	57
69	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	2	2	2	3	4	4	3	2	68
70	2	2	1	4	1	3	5	3	2	4	3	2	3	5	1	4	3	4	52
71	4	2	3	5	4	3	1	5	4	5	3	1	3	2	5	3	2	3	58
72	1	4	1	3	5	2	3	4	4	1	3	4	2	3	1	3	2	4	50
73	3	4	5	5	4	3	2	1	3	4	4	1	5	2	1	5	1	1	54
74	4	5	4	4	4	1	5	3	5	2	2	2	3	1	5	3	4	4	61
75	5	4	2	1	4	4	4	4	1	5	2	2	2	3	3	3	3	4	56
76	2	5	2	2	4	3	4	1	2	5	3	5	4	3	5	1	2	4	57
77	3	4	2	2	4	4	2	2	2	3	4	5	4	5	3	1	3	5	58
78	4	5	1	5	5	5	1	1	5	3	5	5	2	3	5	4	4	3	66
79	5	5	5	1	4	3	2	4	2	1	4	1	4	3	3	1	1	4	53
80	4	2	4	4	5	3	4	2	1	1	5	4	2	2	5	1	3	4	56
81	4	4	1	3	5	4	5	2	1	5	4	1	2	2	1	3	3	5	55
82	3	4	4	4	5	5	2	4	5	2	5	3	1	1	2	5	1	3	59
83	4	4	2	1	4	4	3	2	4	1	4	3	5	4	1	5	3	5	59
84	4	5	3	3	3	3	2	1	4	1	3	5	3	3	4	3	5	3	58
85	3	1	5	1	4	4	5	2	1	5	5	5	3	2	4	5	1	5	61
86	4	1	3	2	5	5	1	2	5	3	2	5	5	1	1	4	3	4	56
87	4	3	5	4	4	3	4	3	1	4	5	1	5	2	3	4	1	3	59
88	4	4	3	3	4	4	3	1	4	4	2	5	1	3	2	2	5	1	54
89	5	3	3	4	4	4	2	1	4	3	5	3	1	5	1	2	5	1	55
90	5	3	3	2	4	4	5	4	4	3	5	5	3	5	4	4	3	1	67
91	4	4	2	3	4	5	5	4	1	2	2	5	3	2	2	1	5	3	57
92	2	4	1	4	4	4	3	2	5	4	1	5	3	5	1	1	2	1	52
93	4	3	4	3	4	4	4	2	2	4	1	1	4	2	5	4	4	5	60
94	4	5	2	2	5	5	1	4	3	1	2	3	1	5	3	4	1	2	53
95	4	5	5	5	4	5	2	4	4	3	4	3	5	3	3	4	4	2	69
96																			