

# **Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan pada Toyota Nasmoco Bantul Yogyakarta**

## **SKRIPSI**



Ditulis oleh :

|                    |                        |
|--------------------|------------------------|
| Nama               | : Setya Dedi Kurniawan |
| Nomor Mahasiswa    | : 13311551             |
| Jurusan            | : Manajemen            |
| Bidang Konsentrasi | : Operasional          |

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA  
2017**

# **Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan pada Toyota Nasmoco Bantul Yogyakarta**

## **SKRIPSI**

**Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia**

**Oleh :**

**Nama : Setya Dedi Kurniawan**

**Nomor Mahasiswa : 13311551**

**Jurusan : Manajemen**

**Bidang Konsentrasi : Operasional**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2017**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 14 Agustus 2017

Penulis,



Setya Dedi Kurniawan

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**ANALISIS KINERJA KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA  
TOYOTA NASMOCO BANTUL YOGYAKARTA**

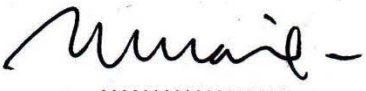
Disusun Oleh : **SETYA DEDI KURNIAWAN**

Nomor Mahasiswa : **13311551**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Senin, tanggal: 11 September 2017

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Moch. Nasito, Drs., MM.

  
.....  
  
.....

Penguji : Siti Nur Syamsiah, Dra., MM.

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia

  
Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

## **HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

### **Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan pada Toyota Nasmoco Bantul Yogyakarta**

Nama : Setya Dedi Kurniawan

Nomor Mahasiswa : 13311551

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 14 Agustus 2017

Telah disetujui, dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Drs. Mochamad Nasito, M.M

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah Kepada Allah SWT. yang selalu memberikan jalan terbaik dan kelancaran penulisan skripsi ini ,sungguh semua atas rahma, kuasa dan ridhoNya.

Karya Skripsi ini Kupersembahkan untuk :

- Mama tercinta yang memberikan dorongan, motivasi dan doa untuk bisa menyelesaikan skripsi
- Papa tercinta yang tidak ada rasa lelah untuk membiayai kuliah serta kasih sayangnya yang tiada hentinya
- Kakak kandungku yang tercinta
- Teman teman stepstore
- teman teman kampus seperjuangan rudi and friends, teh celup, simpanse engo, giantruck dan perpus mania
- Teman teman lingkungan perum gap

## **HALAMAN MOTTO**

**PROMISE YOURSELF, NO MATTER HOW HARD IT GET, YOU'LL NEVER GIVE UP ON YOUR DREAMS.**

**MAN JADDA WA JADDA**

**(BARANG SIAPA BERSUNGGUH SUNGGUH PASTI AKAN BERHASIL)**

- **SETYA DEDI KURNIAWAN**

## ABSTRACT

The problems that will be discussed in this research is to see how high the reality and expectation felt by the customers of toyota especially nasmoco bantul yogyakarta to the five dimensions of service quality consisting of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy and customer satisfaction level. Variable-variables are used to measure the level of importance and level of performance to the quality of services provided toyota nasmoco at the time of sale and aftersales.

This research is done by spreading questionnaires to 100 respondents either the customer who work as a doctor, teacher, entrepreneur, employee bumh, pns, tni, polri to see the effect of service quality to the satisfaction of service nasmoco bantul with servqual analysis and cartesius diagram analysis.

Result of research indicate that most of gap between performance and importance of value is positive, indicating that performance at service dealer nasmoco bantul yogyakarta can fulfill consumer satisfaction. As for the factors that have given good dimensions such as tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy.

The fifth dimension has a positive result. The highest satisfaction in the mean of the above analysis shows that the tangible dimension has the highest positive value compared to the others. Tangible dimensions include modern equipment, providing varied readings, layout in a clean and attractive showroom and already have a large parking space.

**Keywords:** Tangibles, reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Customer satisfaction, Importance-Performace analysis, Cartesius diagram analysis.

## **ABSTRAK**

*Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah melihat seberapa tinggi kenyataan dan harapan yang dirasakan oleh para pelanggan TOYOTA khususnya nasmoco bantul Yogyakarta terhadap lima dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati serta tingkat kepuasan pelanggan. Variabel-variabel tersebut digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja terhadap Kualitas Pelayanan yang diberikan Toyota Nasmoco pada saat sales maupun aftersales.*

*Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 100 responden baik itu pelanggan yang berprofesi menjadi dokter, guru, wiraswasta, pegawai bumh, pns, tni, polri untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penggunaan layanan nasmoco bantul dengan analisis Servqual dan analisis diagram kartesius.*

*Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dealer toyota nasmoco bantul yogyakarta. Hal ini dapat dibuktikan bahwa sebagian besar gap antara kinerja dan kepentingan nilainya positif, menunjukkan bahwa kinerja pada jasa dealer nasmoco bantul yogyakarta dapat memenuhi kepuasan konsumen. Adapun faktor-faktor yang sudah memberikan dimensi yang baik seperti Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty. Dimensi kelima tersebut memiliki hasil positif. Kepuasan tertinggi dalam rata-rata analisis diatas menunjukkan bahwa dimensi tangible memiliki nilai positif tertinggi dibandingkan dengan lainnya. dimensi tangible meliputi peralatan yang berpenampilan modern, menyediakan bacaan-bacaan yang bervariasi, layout/tata letak di showroom bersih dan menarik serta sudah memiliki ruang parkir yang luas.*

**Kata kunci :** *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Kepuasan Pelanggan , Analisis Importance-Performance, Analisis diagram kartesius*

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan Hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat serta salam kita haturkan kepada junjungan umat, Rasulullah SAW alhamdulillah atas berkah dan pertolongan-Nya.

Akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan pada Toyota Nasmoco Bantul Yogyakarta” Skripsi ini disusun guna untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S-1) di Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak bisa lepas dari bimbingan, dorongan dan bantuan baik secara material maupun non-material dari berbagai pihak, oleh karena itu, penulis mengucapkan ucapan terima kasih kepada mereka yang telah mendukung dan memberikan inspirasi.

1. Allah SWT yang memberikan kemudahan dari awal penyusunan skripsi hingga akhir skripsi. Berkat bantuan dan ke ridhoan dari Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi seperti sekarang ini.
2. Bapak Dr. H. Agus Harjito, M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian dan penyusunan skripsi.
3. Bapak Dr. Sutrisno, MM selaku ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Drs. Mochammad Nasito selaku Dosen Pembimbing, terima kasih atas bimbingan, saran dan dukungannya untuk sangat membantu menyelesaikan skripsi ini.
5. Keluargaku tercinta : Ibuku, ayahku, kakakku atas support yang tiada henti hentinya dalam menyusun skripsi ini.
6. Teman Teman kampus Fakultas Ekonomi 2013
7. Teman-teman sepekerjaan : alfiandi yusuf, dimas hilmi, achmad zakkiy, satria, ermambang tatas, noval farras, taufik yang sudah memberikan *advice* yang positif.
8. Teman-teman steps store : septian chandra, river, rizal dito, catur, rendi, sapat, ariya bima, satria, cemara disa, oliv, hamam

9. Teman-teman Perpus Mania : izzuar, adit p, mahersa, radityo, fakhry, ade
10. Teman-teman giantruck : fitra, nurma, priyanto, ricko, agik, dika, harjuno, dodik

Semua pihak yang dengan tulus dan ikhlas telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung, semoga amalan kebaikan semua pihak mendapatkan balasan yang berlipat dari Allah SWT. Penulis berharap semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca dan peminat permasalahan yang sama

*Wassalamu' alaikum Wr.Wb*

Yogyakarta, 14 Agustus 2017

Penulis

(Setya Dedi Kurniawan)

## DAFTAR ISI

|                                           |             |
|-------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL .....</b>               | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                | <b>ii</b>   |
| <b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....</b> | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>   | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....</b>     | <b>v</b>    |
| <b>MOTTO .....</b>                        | <b>vi</b>   |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>          | <b>vii</b>  |
| <b>ABSTRACT .....</b>                     | <b>viii</b> |
| <b>ABSTRAK .....</b>                      | <b>ix</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>               | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                   | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                 | <b>xv</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                | <b>xvi</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>              | <b>xvii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>            | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang .....                  | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                 | 3           |
| 1.3 Batasan Penelitian .....              | 4           |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....               | 4           |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....              | 5           |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>        | <b>6</b>    |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....            | 6           |
| 2.2 Landasan Teori .....                  | 7           |

|                                                     |           |
|-----------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.1 Manajemen operasi .....                       | 7         |
| 2.2.2 Jasa .....                                    | 9         |
| 2.2.3 Konsep Kualitas .....                         | 11        |
| 2.2.4 Peningkatan Kualitas .....                    | 14        |
| 2.2.5 Definisi Kualitas Pelayanan .....             | 15        |
| 2.2.6 Dimensi Kualitas Pelayanan .....              | 16        |
| 2.2.7 Kepuasan Pelanggan .....                      | 17        |
| 2.2.8 Servqual .....                                | 19        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>              | <b>24</b> |
| 3.1 Obyek Penelitian .....                          | 24        |
| 3.2 Sejarah dan Logo Perusahaan.....                | 24        |
| 3.3 Visi, Misi Nilai Perusahaan.....                | 27        |
| 3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....             | 27        |
| 3.5 Sumber Data dan Teknik Pengambilan Sampel ..... | 28        |
| 3.6 Teknik Pengambilan Data .....                   | 28        |
| 3.6.1. Data Primer.....                             | 28        |
| 3.6.2. Data Sekunder .....                          | 29        |
| 3.7 Definisi Operasional Variabel .....             | 29        |
| 3.8 Pengukuran Variabel .....                       | 30        |
| 3.9 Metode Analisis Data .....                      | 31        |
| 3.9.1. Uji Validitas .....                          | 31        |
| 3.9.2. Uji Reliabilitas .....                       | 32        |
| 3.9.3. Analisis GAP .....                           | 32        |
| 3.9.4. Importance Performance Analysis (IPA) .....  | 33        |
| <b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>    | <b>38</b> |
| 4.1 Uji Instrumen dan Data .....                    | 39        |
| 4.1.1. Uji Validitas .....                          | 39        |

|                                            |           |
|--------------------------------------------|-----------|
| 4.1.2. Uji Reliabilitas .....              | 43        |
| 4.2 Analisis Deskriptif .....              | 44        |
| 4.2.1. Jenis Kelamin .....                 | 44        |
| 4.2.2. Umur .....                          | 45        |
| 4.2.3. Profesi .....                       | 45        |
| 4.3 Analisis Kuantitatif .....             | 46        |
| 4.3.1. Analisis Servqual .....             | 47        |
| 4.3.2. Analisis Diagram Kartesius .....    | 50        |
| 4.4 Pembahasan .....                       | 57        |
| 4.4.1. Pembahasan Analisis GAP .....       | 57        |
| 4.4.2. Pembahasan Analisis Kartesius ..... | 60        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>     | <b>62</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                       | 62        |
| 5.2 Saran .....                            | 63        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                | <b>64</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                       | <b>66</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.1 Hasil Analisis Uji Validitas Kepentingan .....        | 39 |
| Tabel 4.2 Hasil Analisis Uji Validitas Kinerja .....            | 41 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Kinerja dan Kepentingan .....  | 43 |
| Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....    | 44 |
| Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan ..... | 46 |
| Tabel 4.6 Analisis Gap Kinerja dan Kepentingan Konsumen .....   | 48 |

## DAFTAR GAMBAR

|            |                                                 |    |
|------------|-------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 | GAPS Model Kualitas Pelayanan .....             | 21 |
| Gambar 3.1 | Hubungan Tingkat Kepentingan dan Kepuasan ..... | 36 |
| Gambar 4.7 | Diagram Kartesius .....                         | 53 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|             |                                                             |    |
|-------------|-------------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1: | Uji Validitas Kepentingan .....                             | 67 |
| Lampiran 2: | Uji Validitas Kinerja .....                                 | 70 |
| Lampiran 3: | Frekuensi Tabel .....                                       | 73 |
| Lampiran 4: | Kuesioner Penelitian .....                                  | 75 |
| Lampiran 5: | Rekapitulasi Data 100 Responden (Tingkat Kepentingan) ..... | 80 |
| Lampiran 6: | Rekapitulasi Data 100 Responden (Tingkat Kinerja) .....     | 83 |
| Lampiran 7: | Bukti Surat Keterangan Penelitian .....                     | 86 |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang masalah**

Toyota sendiri semula awalnya menggunakan nama toyoda. Tetapi dikarenakan nilai kurang beruntung dari segi pemasaran serta feng shui, maka nama toyoda yang disebut nama keluarga pendiri diganti menjadi toyota, papar ketua museum toyota kuragaike commemorative hall koji matsuura pada wartawan indonesia. Museum ini adalah di antara museum yang didirikan toyota di jepang. Museum ini terdapat di nagoya, jepang serta mulai dibangun pada bulan september 1974 tepatnya waktu produksi toyota meraih 10 juta unit. Di dekat lokasi ini, ada tempat tinggal pendiri toyota yaitu kiichiro toyoda. Histori awal berdirinya toyota semula toyota ini tidaklah sesuatu perusahaan mobil. Sakichi toyoda (1867-1930) yaitu seorang industrialis pertama jepang. Dia adalah di antara penemu mesin tenun. Bapak saya yaitu seorang tukang tenun, namun saya yaitu automobile man, demikian yang ada di benak anak sakichi yaitu kiichiro (1894-1952).

Pada saat ini industri otomotif sangat berkembang di indonesia dilihat dari munculnya berbagai tipe mobil baik tingkat menengah,atas hingga premium. Terkait dengan perkembangan industri otomotif, pelayanan dalam berbagai hal perlu memberikan nilai di mata konsumen. Baiknya itu dalam memberikan proses sampai ke tahap akhir, after sales. Industri jasa otomotif meliputi jasa service berkala, kerusakan mesin, maintenance mobil, sparepart dan masih banyak lagi. Disini pelayanan yang dirasakan konsumen supaya merasa puas merupakan hak yang dimilikinya. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas

tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut pendapat Parasuraman (2006) kualitas layanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan bertujuan untuk tercapainya keinginan atau harapan pelanggan.

Perusahaan yang memberikan komitmen pada kualitas dan secara konsisten memberikan kualitas pelayanan Wyckoff dalam Lovelock *dalam* Purnama (2006) memberikan pengertian kualitas layanan sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen, sedangkan menurut Parasuraman, et al. *dalam* Purnama (2006), kualitas layanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Jika kualitas layanan yang dirasakan sama atau mendekati kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan sehingga perusahaan dapat dengan mudah membina hubungan pelanggan dengan sukses. Ini berarti kualitas jasa (service quality), merupakan salah satu aspek yang memberikan kontribusi pada keberhasilan suatu organisasi. Menurut Lewis & Booms *dalam* Tjiptono & Chandra (2005), kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan, sedangkan menurut Tjiptono (2001), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan. Apabila jasa yang dirasakan sesuai

dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Demikian juga sebaliknya, apabila jasa yang dipersepsikan lebih jelek dibandingkan dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk. Maka, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan para pelanggan secara konsisten.

Perkembangan jasa pelayanan otomotif mengalami persaingan yang ketat. Dengan ketatnya persaingan jasa otomotif khususnya toyota di mata Konsumen. Konsumen merasa sangat puas jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. Semakin luasnya pelanggan atau konsumen yang dimiliki, maka penyedia jasa khususnya toyota harus mengerti akan kepentingan pelanggan. Hal ini tentu dengan banyak dukungan baik internal sendiri maupun masukan dari luar.

Berdasarkan kejadian diatas peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian kualitas pelayanan jasa dengan judul :**“Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan pada Toyota Nasmoco Bantul yogyakarta”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana harapan pelanggan terhadap dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati ?

2. Bagaimana kenyataan yang dirasakan pelanggan terhadap dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati ?
3. Indikator pada dimensi kualitas pelayanan manakah yang harus diperbaiki dan dipertahankan kinerjanya ?

### **1.3 Batasan Penelitian**

Adapun Batasan masalah dalam penelitian ini :

1. Penelitian ini dilakukan kepada konsumen yang baru mengenal, telah menggunakan pelayanan/ after sales toyota nasmoco bantul yogyakarta
2. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi
  - Jenis Kelamin
  - Usia
  - Tingkat Pendidikan
  - Pekerjaan

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, antara lain :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis harapan pelanggan terhadap dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis kenyataan yang dirasakan pelanggan terhadap dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis indikator pada dimensi kualitas pelayanan manakah yang harus diperbaiki dan ditingkatkan kinerjanya.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, antara lain :

#### **Bagi Penulis**

Sebagai wawasan terhadap penulis tentang cara penulisan karya ilmiah, serta sebagai ilmu tambahan dalam kegiatan operasional khususnya dalam pelayanan jasa untuk bisa memberikan kepuasan konsumen yang optimal.

#### **Bagi Perusahaan**

Sebagai informasi lebih lanjut untuk mengetahui kekurangan atau kelebihan yang dimiliki Toyota Nasmoco Bantul Yogyakarta dalam memberikan kualitas pelayanan. Dimana persaingan dalam dunia otomotif sangat berdampak pada kualitas pelayanan dan kecepatan perusahaan untuk dapat tanggap pada kemauan pelanggan dibandingkan para pesaingnya.

#### **Bagi Masyarakat**

Sebagai informasi tentang kualitas pelayanan yang dimiliki Toyota Nasmoco bantul, sehingga masyarakat dapat mampu melihat kualitas pelayanan yang diberikan sangat puas atau tidak puas yang diharapkan masyarakat.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Beberapa peneliti telah melakukan riset mengenai kualitas jasa atau pelayanan, diantaranya adalah Wassy Ajie Pramusinto, Ery Kurniawan

Penelitian Wassy Ajie Pramusinto (2006) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Rental Mobil “Malsa” di Godean Yogyakarta menggunakan alat Importance-Performance Analysis. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis kualitas jasa pelayanan Rental Mobil Malsa yang diukur dari tingkat kepuasan pelanggan, tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pelayanan sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

Penelitian Ery Kurniawan (2012) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pemakai Jasa Usaha Rental Mobil CV Nanda Group Yogyakarta”. Menggunakan alat Tingkat Kesesuaian dengan Diagram Kartesius. Tujuan dari Penelitian ini adalah menganalisis tingkat kesesuaian dimensi kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Serta menganalisis dimensi kualitas layanan yang paling memberikan kepuasan terhadap CV Nanda Group Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Dimensi kualitas layanan CV Nanda Group belum mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggan. 2) Diantara Kelima dimensi kualitas layanan, dimensi Responsiveness memiliki tingkat kesesuaian terbesar terhadap tingkat kepuasan konsumen.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1. Manajemen Operasi**

Manajemen operasional adalah input, proses transformasi, output, feedback information dan lingkungan. Input yang digunakan dapat bersifat sederhana atau kompleks. Proses transformasi merupakan kegiatan perubahan nilai, oleh karena itu perlu diperhatikan karakteristik seperti efisiensi, kualitas, tenggang waktu maupun fleksibilitas. Output dapat berupa barang atau jasa atau sekumpulan barang atau jasa. Lingkungan merupakan sesuatu yang kompleks dan sulit untuk dikontrol seperti : teknologi, ekonomi, sosial, politik, dan lain-lain, oleh karena itu perlu diperhatikan secara terus menerus (Yamit, 2003).

Menurut Jay Heizer dan Berry Rander (2009:4), manajemen operasional adalah serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah input menjadi output.

Menurut Eddy Herjanto (2007:2), manajemen operasional adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan pembuatan barang, jasa dan kombinasinya, melalui proses transformasi dari sumber daya produksi menjadi keluaran yang diinginkan.

Menurut Pangestu Subagyo (2000:1), Manajemen operasional adalah penerapan ilmu manajemen untuk mengatur seluruh kegiatan produksi atau operasional agar dapat dilakukan secara efisien.

Sedangkan Menurut William J. Stevenson (2009:4), manajemen operasional adalah sistem manajemen atau serangkaian proses dalam pembuatan produk atau penyediaan jasa.

Manajemen Operasi adalah kegiatan untuk mengolah input melalui proses transformasi atau pengubahan sedemikian rupa sehingga menjadi output yang dapat berupa barang atau jasa.

Ciri umum manajemen operasi :

- Input merupakan sesuatu yang akan diproses untuk menjadi output, dapat bersifat kompleks atau sederhana.
- Proses transformasi merupakan kegiatan penambahan nilai oleh karena itu perlu diperhatikan karakteristik seperti efisiensi, kualitas, tenggang waktu, dan fleksibilitas.
- Output adalah barang atau jasa yang dihasilkan dari input yang diproses.
- Feedback information adalah informasi timbal balik antara input dan output.
- Lingkungan adalah sesuatu yang sulit untuk dikontrol (ekonomi, sosial, dll).

Ruang lingkup manajemen operasi

- a. Aspek struktural memperlihatkan konfigurasi komponen yang membangun sistem manajemen operasi dan interaksinya satu sama lain. (komponen bahan, mesin, manusia, modal).
- b. Aspek Fungsional adalah aspek yang berkaitan dengan manajemen dan organisasi dan komponen struktural mulai dari tahap perencanaan, penerapan, pengendalian, maupun perbaikan agar diperoleh kinerja optimum.

c. Aspek Lingkungan memberikan dimensi lain pada sistem manajemen operasi yang berupa pentingnya memperhatikan perkembangan dan kecenderungan yang terjadi di luar sistem.

### **2.2.2. Jasa**

Jasa adalah suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam mengkonsumsi jasa tersebut (Supranto,2011:227) . Menurut Zulian Yamit (2004: 32-33), usaha yang dapat dilakukan untuk kualitas pelayanan jasa adalah sebagai berikut:

#### **1. *Reability* (Keandalan)**

Yaitu suatu usaha perbaikan dengan cara peningkatan fungsi pelayanan yaitu konsistensinya kerja dan kemampuan untuk dipercaya. Hal itu berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat waktu semenjak saat pertama. Selain itu juga perusahaan yang bersangkutan dapat memenuhi janjinya.

- Dapat dilakukan pengaturan fasilitas
- Meningkatkan efektivitas jadwal kerja
- Meningkatkan koordinasi antar bagian

#### **2. *Responsiveness* (Daya Tanggap)**

Untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan dengan cara kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.

- Mempercepat pelayanan yang lebih baik
- Karyawan tanggap atau tidak
- Memberikan pelayanan sesuai sop

### 3. *Competence* (Kemampuan)

Usaha perbaikan dengan cara peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan.

- Meningkatkan profesionalisme karyawan
- Meningkatkan mutu administrasi

### 4. *Credibility* (Kepercayaan)

Suatu perbaikan yang berhubungan dengan sikap jujur, dapat dipercaya, kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi, contact personel, dan interaksi dengan pelanggan.

- Meningkatkan sikap mental karyawan untuk giat bekerja
- Meningkatkan kejujuran karyawan
- Menghilangkan kolusi

### 5. *Tangible* (Bukti Nyata)

Suatu usaha perbaikan dengan cara perbaikan fisik dan peralatan yang digunakan untuk memberikan pelayanan kepada para pelanggan.

- Perluasan kapasitas dan penataan fasilitas

- Meningkatkan infrastruktur
- Menambah peralatan
- Menambah fasilitas komunikasi

#### 6. *Understanding the Customer* (Memahami Konsumen)

Suatu usaha perbaikan dengan cara memahami apa yang diinginkan oleh konsumen atau pelanggan.

- Sistem dan prosedur yang menghargai pelanggan
- Meningkatkan keberpihakan kepada pelanggan

#### 7. *Communication* (Komunikasi)

Suatu usaha perbaikan dengan cara memberikan informasi kepada pelanggan dengan jelas dan mendengarkan saran serta keluhan dengan baik.

- Memperjelas pihak yang bertanggung jawab dalam setiap kegiatan
- Membuat sistem informasi manajemen yang terintegrasi

### 2.2.3. **Konsep Kualitas**

Kinerja kualitas suatu perusahaan, baik itu kinerja operasional maupun kinerja organisasi tidak dapat dipisahkan dari kegiatan atau proses kualitas yang dilakukan sebelumnya. Untuk menghasilkan output yang berkualitas tentunya perusahaan harus melakukan tindakan-tindakan kualitas atau yang sering disebut dengan manajemen kualitas. Manajemen kualitas adalah tindakan atau kegiatan yang dilakukan dalam rangka menghasilkan output yang berkualitas.

#### a. Pengertian kualitas jasa

Definisi kualitas jasa menurut Berry, Parasuraman dan Zeithaml (1990) adalah tingkat kecocokan antara ekspektasi atau keinginan konsumen dan persepsi mereka.

#### b. Pengukuran Kualitas Jasa

Menurut Tjiptono (1996) terdapat beberapa pendekatan pengukuran kualitas meliputi :

Deming : Mendefinisikan kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen

Crosby : Mempersepsikan kualitas sebagai nihil cacat, kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan

Juran : Mendefinisikan mutu sebagai kesesuaian terhadap spesifikasi

Perusahaan jasa dan pelayanan lebih menekankan pada kualitas proses, karena konsumen biasanya terlibat langsung dalam proses tersebut. Sedangkan perusahaan yang menghasilkan produk lebih menekankan pada hasil, karena konsumen umumnya tidak terlibat secara langsung dalam prosesnya. Untuk itu diperlukan sistem manajemen kualitas yang dapat memberikan jaminan kepada pihak konsumen bahwa produk tersebut dihasilkan oleh proses yang berkualitas.

David Garvin (1994) mengidentifikasikan lima pendekatan perspektif kualitas yang dapat digunakan oleh para praktisi bisnis, yaitu :

##### 1. *Transcendental Approach*

Kualitas dalam pendekatan ini adalah sesuatu yang dapat dirasakan, tetapi sulit di definisikan dan dioperasionalkan maupun diukur. Perspektif ini umumnya

diterapkan dalam karya seni seperti seni musik, seni tari, seni drama dan seni rupa. Untuk produk dan jasa pelayanan, perusahaan dapat mempromosikan dengan menggunakan pernyataan-pernyataan seperti kelembutan dan kehalusan kulit kecantikan wajah, pelayanan prima dan tempat berbelanja yang nyaman. Definisi seperti ini sangat sulit untuk dijadikan sebagai dasar perencanaan dalam manajemen kualitas.

## 2. *Product-Based Approach*

Kualitas dalam pendekatan ini adalah suatu karakteristik atau atribut yang dapat diukur. Perbedaan kualitas mencerminkan adanya perbedaan atribut yang dimiliki produk secara objektif, tetapi pendekatan ini tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam selera dan preferensi individual.

## 3. *User-based Approach*

Kualitas dalam pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang atau cocok dengan selera (*fitnes for used*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Pandangan yang subjektif ini mengakibatkan konsumen yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula, sehingga kualitas bagi seseorang adalah kepuasan maksimum yang dapat dirasakannya.

## 4. *Manufacturing-based Approach*

Kualitas dalam pendekatan ini adalah bersifat *supply-based* atau dari sudut pandang produsen yang mendefinisikan kualitas sebagai sesuatu yang sesuai dengan persyaratannya (*conformance quality*) dan prosedur. Pendekatan ini berfokus pada kesesuaian spesifikasi yang ditetapkan perusahaan secara internal.

Oleh karena itu, yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, dan bukan konsumen yang menggunakannya.

#### 5. *Value-based approach*

Kualitas dalam pendekatan ini adalah memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Kualitas didefinisikan sebagai “affordable excellence”. Oleh karena itu kualitas dalam pandangan ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang bernilai. Produk yang paling bernilai adalah produk yang paling tepat beli.

### **2.2.4.Peningkatan Kualitas**

Menurut Vincent Gaspersz (2000), peningkatan kualitas merupakan aktivitas teknik dan manajemen di mana mengukur karakteristik kualitas dari produk (barang dan jasa), kemudian membandingkan hasil pengukuran itu dengan spesifikasi produk yang diinginkan pelanggan, serta mengambil tindakan peningkatan yang tepat apabila ditemukan perbedaan di antara kinerja aktual dan standar. Peningkatan kualitas sebagai suatu metodologi pengumpulan dan analisis data kualitas, serta menentukan dan menginterpretasikan pengukuran-pengukuran yang menjelaskan tentang proses dalam suatu sistem industri, untuk meningkatkan kualitas produk guna memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Dengan demikian peningkatan sistem manajemen kualitas berdasarkan ISO 9001:2000 lebih menekankan pada aspek peningkatan proses industri dengan menggunakan data kualitas yang dikumpulkan dan diinterpretasikan dengan menggunakan alat-alat analisis termasuk teknik-teknik statistika, bukan sekedar penggunaan alat-alat statistika yang selama ini diinterpretasikan oleh banyak orang

yang berkecimpung di luar bidang teknik dan manajemen industri (Vincent Gasparz, 2000).

Kualitas jasa Pelayanan merupakan bagian yang paling rumit dari pelayanan adalah kualitasnya yang sangat dipengaruhi oleh harapan konsumen, harapan konsumen dapat bervariasi, walaupun pelayanan yang diberikan konsisten.

Kualitas dapat dilihat sebagai suatu kelemahan kalau konsumen mempunyai harapan yang terlalu tinggi, walaupun pelayanan yang diberikan baik.

Karakteristik Jasa Pelayanan :

- Tidak dapat diraba
- Tidak dapat disimpan
- Produksi dan konsumsi secara bersama
- Memasukinya lebih mudah
- Sangat dipengaruhi faktor luar
- Tidak dapat ditunda
- Tidak dapat dipindahkan

#### **2.2.5. Definisi Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima.

Wyckoff dalam Lovelock dalam Purnama (2006) memberikan pengertian kualitas layanan sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas

kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen, sedangkan menurut Parasuraman, et al. *dalam* Purnama (2006), kualitas layanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Jika kualitas layanan yang dirasakan sama atau mendekati kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.

Menurut Lewis & Booms *dalam* Tjiptono & Chandra (2005), kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan, sedangkan menurut Tjiptono (2001), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu: jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Demikian juga sebaliknya, apabila jasa yang dipersepsikan lebih jelek dibandingkan dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk. Maka, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan para pelanggan secara konsisten.

#### **2.2.6. Dimensi Kualitas Pelayanan**

Menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman *dalam* Kakiay (2004), kualitas layanan dapat dilihat dari 10 dimensi, antara lain:

1. *Communication*, penggunaan bahasa komunikasi yang bisa dipahami konsumen.

2. *Credibility*, kepercayaan konsumen terhadap penyedia layanan.
3. *Security*, keamanan konsumen, bebas resiko, bahaya, dan keragu-raguan.
4. *Knowing the customer*, pemahaman penyedia layanan terhadap kebutuhan dan harapan konsumen.
5. *Tangibles*, dalam memberi layanan harus ada standar pengukurannya.
6. *Reliability*, konsistensi penyedia layanan dan kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi janji.
7. *Responsiveness*, kemauan dan kesediaan penyedia layanan dalam memberi layanan.
8. *Competence*, kemampuan atau keahlian penyedia layanan dalam memberikan layanan.
9. *Access*, kemampuan pendekatan dan kemudahan penyedia layanan untuk bisa dihubungi oleh konsumen.
10. *Courtesy*, kesopanan, rasa hormat, perhatian, dan keadilan penyedia layanan ketika berhubungan dengan konsumen.

#### **2.2.7. Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah hasil (outcome) yang dirasakan atas penggunaan produk atau jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Kepuasan pelanggan menjadi fokus strategis, sehingga perusahaan harus memiliki sistem pengukuran yang diintegrasikan dengan indikator kepuasan dan harapan pelanggan.

Mengukur Kepuasan Pelanggan Kotler (1994) mengemukakan beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem pengaduan, misalnya dengan menyediakan kotak sasaran
2. Survey pelanggan, misalnya melalui surat pos, telepon, or wawancara
3. Panel pelanggan

Pentingnya kepuasan pelanggan

1. Kepuasan pelanggan menjadi sasaran startegis agar perusahaan dapat tumbuh dan eksis dalam menghadapi persaingan.
2. Kepuasan Pelanggan menjadi petunjuk arah dan pendorong motivasi untuk menciptakan langkah kreatif dan inovatif.

Pengertian Pelanggan

Pelanggan adalah setiap orang atau badan yang datang dari dalam maupun luar perusahaan.

Terdapat tiga jenis pelanggan

1. Pelanggan Internal (Internal customer) yaitu yang ikut menangani proses.
2. Pelanggan perantara (Intermediate customer), yaitu bertindak sebagai distributor.
3. Pelanggan eksternal (External customer), yaitu pembeli atau pemakai akhir.

Pengertian Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah hasil (outcome) yang dirasakan atas penggunaan produk atau jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Kepuasan pelanggan menjadi fokus startegis, sehingga perusahaan harus memiliki sistem pengukuran yang

diintegrasikan dengan indikator kepuasan dan harapan pelanggan. Jika harapan pelanggan ini sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakannya, bahkan mungkin apa yang dialami dan dirasakan melebihi harapannya sudah dapat dipastikan pelanggan tersebut akan merasa puas. Bila yang dialami dan dirasakan konsumen tidak sesuai dengan harapannya, misalnya pelayanannya tidak ramah, tidak tanggap, sudah dapat dipastikan pelanggan tidak merasa puas.

Dari contoh diatas, kepuasan pelanggan dapat diketahui setelah pelanggan menggunakan produk dan jasa pelayanan. Dengan kata lain kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Dari penjualan tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil (outcome) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan.

Dari definisi kepuasan pelanggan tersebut, perusahaan harus berusaha mengetahui apa yang diharapkan pelanggan dari produk dan jasa yang dihasilkan. Harapan pelanggan dapat diidentifikasi secara tepat apabila perusahaan mengerti persepsi pelanggan terhadap kepuasan. Mengetahui persepsi pelanggan terhadap kepuasan sangatlah penting, agar tidak terjadi kesenjangan (gap) persepsi antara perusahaan dengan pelanggan.

#### **2.2.8. SERVQUAL**

Pengertian Servqual adalah suatu kuesioner yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa. Cara ini digunakan dalam mengukur berbagai kualitas jasa. Dengan kuesioner ini, kita bisa mengetahui seberapa besar celah (gap) yang ada di antara persepsi pelanggan dan ekspektasi pelanggan terhadap suatu perusahaan jasa. Kuesioner

servqual dapat diubah-ubah/ disesuaikan agar cocok dengan industri jasa yang berbeda-beda pula (misalnya bank, restoran atau perusahaan telekomunikasi, dealer) Servqual merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan atas jasa yang telah diterimanya yakni dengan cara membandingkan tingkat persepsi dan ekspektasinya. Serta servqual menilai kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi kualitas yang diantaranya sebagai berikut: empathy, assurance, reliability, responsiveness, dan tangibles.

Zeithmal, Berry, dan parasuraman (1985) mengembangkan model kualitas jasa pelayanan yang disebut “GAPS MODEL”

GAP dapat muncul dari dalam perusahaan (company gaps) dan dari luar perusahaan

Gaps dari dalam dan dari luar perusahaan

Gaps dari dalam perusahaan dapat dibedakan dalam 4 jenis :

Gap 1: Tidak mengetahui harapan konsumen

Gap 2: Tidak memiliki desain dan standar pelayanan yang tepat

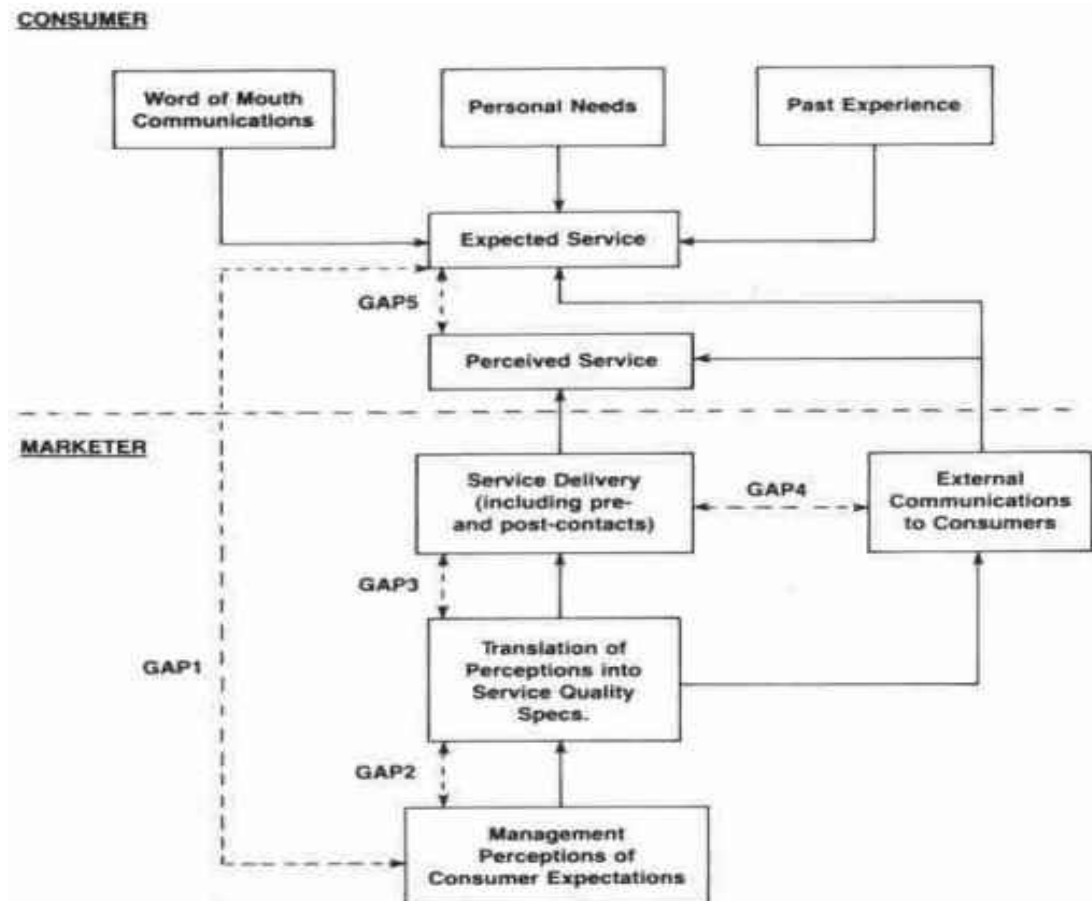
Gap 3: Tidak memberikan pelayanan sesuai standar

Gap 4: Tidak memberikan pelayanan sesuai janji

Gaps5: Perbedaan antara persepsi dengan harapan konsumen

Gambar 1.1

### GAPS model Kualitas Pelayanan



GAP 1: tidak mengetahui harapan konsumen

Sebab muncul gap 1

1. Tidak ada interaksi langsung
2. Tidak ada upaya untuk menanyakan
3. Kurang siap memberi perhatian

Tindakan yang perlu dilakukan :

1. Temui Konsumen

2. Survey Konsumen
3. Sistem Konsumen
4. Panel Konsumen
5. Brainstroming

Gap 2: Tidak memiliki standar pelayanan

Sebab muncul gap 2 : persepsi harapan konsumen tidak diidentifikasi secara akurat

Tindakan yang perlu dilakukan :

1. Menyadari Pelayanan Kunci Sukses
2. Kenyamanan dan Kemudahan
3. One Stop Services
4. “Membalik” struktur organisasi
5. Memberdayakan Staff
6. Menyadari konsumen selalu benar

GAP 3: tidak memberikan pelayanan sesuai standar

Sebab muncul gap 3

1. Karyawan tidak memahami peran
2. Karyawan berada dalam konflik antara konsumen dan pihak manajemen
3. Salah memilih karyawan
4. Teknologi tidak memadai
5. Kompensasi dan Pengakuan kurang
6. Kurang pemberdayaan

GAP 4 : tidak memberikan pelayanan sesuai janji

Sebab muncul gap 4

1. Janji terlalu tinggi
2. Kurang koordinasi dengan marketing
3. Tidak konsisten kebijakan dan prosedur

Tindakan yang perlu dilakukan

1. Melancarkan arus komunikasi antar bagian dalam perusahaan
2. Pesan dan janji tidak membentuk harapan konsumen yang melebihi kemampuan perusahaan untuk memenuhinya.

GAP 5 : Perbedaan persepsi dengan harapan konsumen

Sebab muncul gap 5

Konsumen memiliki persepsi yang berbeda dengan harapannya. Untuk menghilangkan gap 5 ini, perusahaan harus menghilangkan gap 1 sampai dengan 4. Model yang dapat menghilangkan GAP 1 sampai dengan GAP 4 adalah model yang terdiri 4 Langkah:

1. Menumbuhkan Kepemimpinan Efektif
2. Membangun Sistem Informasi Pelayanan
3. Merumuskan Startegi Pelayanan
4. Menerapkan Startegi Pelayanan

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini menggunakan responden para customer toyota nasmoco bantul baik itu pelanggan service maupun pembeli.

#### **3.2 Sejarah dan Logo Perusahaan**

toyota sendiri semula awalnya menggunakan nama toyoda. tetapi dikarenakan nilai kurang beruntung dari segi pemasaran serta feng shui, maka nama toyoda yang disebut nama keluarga pendiri diganti jadi toyota, papar ketua museum toyota kuragaike commemorative hall koji matsuura pada wartawan indonesia.museum ini adalah di antara museum yang didirikan toyota di jepang. museum ini terdapat di nagoya, jepang serta mulai dibangun pada bulan september 1974 tepatnya waktu produksi toyota meraih 10 juta unit. Di dekat lokasi ini, ada tempat tinggal pendiri toyota yaitu kiichiro toyoda.histori awal berdirinya toyotasemula toyota ini tidaklah sesuatu perusahaan mobil. sakichi toyoda ( 1867-1930 ) yaitu seorang industrialis pertama jepang. dia adalah di antara penemu mesin tenun.bapak saya yaitu seorang tukang tenun, namun saya yaitu automobile man, demikian yang ada di benak anak sakichi yaitu kiichiro ( 1894-1952 ).

di jepang pada tahun 1920-1930an, mobil-mobil keluaran as layaknya ford serta general motors mulai masuk serta merakit mobilnya di jepang. kiichiro toyoda lalu resah serta gelisah dikarenakan belum ada produsen otomotif lokal yang dapat sukses dari segi usaha.sepulangnya dari eropa serta amerika serikat, kiichiro toyoda mulai punya mimpi

untuk menciptakan sendiri mobil yang diproduksi oleh negeri jepang. awalnya toyoda serta timnya membangun pabrik serta membongkar mobil-mobil amerika serikat layaknya mobil chevrolet tahun 1933 untuk dipandang bagaimana suku cadangnya. singkat kata toyoda sukses bikin mobil dengan mesin yang lebih kecil.perjuangan untuk bikin mobil jepang dilanjutkan membangun blok silinder pada juli 1934. serta di bulan. september 1935, toyoda lakukan test run mobil mereka.mobil penumpang pertama yang diproduksi yaitu toyoda model aa sedan yang dirilis bulan september 1936.

sebagian model truk serta mobil yang diproduksi didalam kurun 1935-1947 yaitu: mimpi toyoda untuk membangun mobil sendiri pernah terkendala waktu perang dunia 2 di 1945. jepang alami kebangkrutan masif dikarenakan kalah perang. perusahaan-perusahaan terdapat kembali menghasilkan mobil.tetapi mobil yang sangat memperoleh sorotan yaitu toyopet crown model rs yang lakukan debut perdana pada 1955. mobil ini adalah mobil pertama yang benar-benar diproduksi di jepang.tersebut toyota, dari awalnya yang cuma mimpi dari kiichiro saat ini sukses jadi produsen terbesar dunia. apalagi ekonomi jepang lalu saat ini bertumpu pada toyota.

Toyota di indonesia sendiri di bawahi **PT. New Ratna Motor** merupakan salah satu dari 5 Founder Dealer utama PT. Toyota Astra Motor yang merupakan Agen Tunggal Pemegang Merek Toyota di Indonesia dalam memasarkan produk Toyota untuk wilayah Jateng & DIY melalui jaringan **Nasmoco Group**.Untuk memberikan total pelayanan kepada pelanggan, **PT. New Ratna Motor** melalui jaringan **Nasmoco Group** tidak hanya focus pada penjualan unit mobil melainkan juga pada layanan purna jual yaitu jasa bengkel (perbaikan kendaraan) dan spare part (penyediaan suku cadang). Selain itu, *Nasmoco Kredit* dan *Nasmoco Proteksi* akan memberikan

kemudahan serta kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi dengan kami untuk memiliki ataupun menikmati kendaraan Toyota **PT. New Ratna Motor** melalui jaringan **Nasmoco Group** telah memiliki 21 cabang/dealer dengan layanan penjualan unit kendaraan, service dan penyediaan spare part (VSP-Vehicle, Service dan Parts) yang tersebar di hampir seluruh kota-kota besar di wilayah Yogyakarta dan Jawa Tengah.

### Logo Perusahaan



Arti logo toyota :

Dari situs resmi Toyota ditemukan bahwa tiga elips yang digunakan untuk logo juga memiliki arti sendiri-sendiri. Elips pertama mewakili pelanggan Toyota, elips

kedua melambangkan komitmen untuk memberikan yang terbaik dan memuaskan pelanggan, sementara elips ketiga diartikan sebagai kemungkinan yang terbentang tanpa batas bagi teknologi dan inovasi.

### **3.3 Visi, Misi, Nilai Perusahaan Toyota Nasmoco Bantul**

#### **Visi**

Menjadi pelaku bisnis dibidang otomotif yang profesional, berkualitas dan sebagai pemimpin pasar di era global.

#### **Misi**

Meningkatkan profesionalisme karyawan dengan berbasiskan teknologi modern untuk memberikan totalitas kepuasan pelanggan dan menghasilkan keuntungan yang optimal bagi pemegang saham. Terus berusaha meningkatkan kesejahteraan karyawan, serta ikut berperan dalam kepedulian lingkungan dan sosial.

### **3.4 Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi dan sampel penelitian populasi adalah keseluruhan dari objek yang akan diteliti (Syamsul Hadi, 2006). Berdasarkan pengertian tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah customer toyota. Sampel adalah bagian atau wakil populasi yang memiliki karakteristik sama dengan populasinya, diambil sebagai sumber data penelitian (Syamsul Hadi, 2006). Sampel dalam penelitian ini adalah customer toyota yang berada di nasmoco bantul yogyakarta. Menurut beberapa sumber dan ahli penelitian, sampel penelitian yang digunakan minimal 30 orang, tetapi ada juga yang berpendapat lain. Dalam penelitian ini penulis tidak dapat meneliti seluruh populasi, maka peneliti menetapkan 100 orang sampel penelitian / responden yang merupakan

customer dealer Toyota Nasmoco Bantul Yogyakarta. Karena menurut *Roscoe* (1975) dalam *Uma Sekaran* ( 1992: 252 ) memberikan pedoman penentuan jumlah sampel sebagai berikut:

1. Sebaiknya ukuran sampel diantara 30 s/d 500 elemen.
2. Jika sampel dipecah lagi ke dalam *subsample* (laki/perempuan/SMP/SMU, dsb) jumlah minimum sampel harus 30.

### **3.5 Sumber Data dan Teknik Pengambilan Sampel**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya (Sekaran, 2003). Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan sampling aksidental (*accidental sampling*), yaitu peneliti menyebarkan kuisisioner pada orang yang memenuhi kriteria yang ditetapkan. Data diambil dengan menyebar kuisisioner yang merupakan gabungan dari penelitian-penelitian sebelumnya.

### **3.6 Teknik Pengambilan Data**

Data yang dibutuhkan meliputi data primer dan data sekunder

#### **3.6.1. Data Primer**

Data primer adalah data-data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian dan perlu diolah terlebih dahulu, yaitu responden yang terpilih berdasarkan kriteria dan karakteristik yang telah ditentukan. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari responden melalui pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner.

Data primer yang dibutuhkan adalah sebagai berikut :

- a. Meliputi data nama maupun tidak, jenis kelamin, umur, jenis pekerjaan.
- b. Data mengenai tingkat kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan.

### **3.6.2. Data Sekunder**

Data pendukung yang diperoleh dari sumber lain di luar objek penelitian yang diperoleh melalui studi kepustakaan. Data sekunder digunakan untuk memperkuat landasan teori dan sebagai rujukan dalam mempelajari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

### **3.7 Definisi Operasional Variabel**

Definisi Operasional variabel digunakan untuk memudahkan penelitian dan membuat persamaan persepsi tentang variabel yang digunakan.

Dalam penelitian ini definisi operasionalnya meliputi:

1. Tangible / bukti langsung yaitu Dealer Toyota memiliki peralatan yang berpenampilan modern, Dealer Toyota Nasmoco menyediakan bacaan bacaan yang bervariasi, Layout/tata letak di showroom terlihat bersih dan menarik, Dealer Toyota memiliki ruang parkir yang luas.
2. Reliability / kemampuan karyawan yaitu Pengerjaan/ servis berjalan tepat waktu, Prosedur yang mudah dan tidak berbelit belit, Ketepatan waktu buka jam pelayanan, Kesiapan karyawan dalam melayani konsumen
3. Responsiveness / daya tanggap yaitu Kejelasan tentang informasi yang diberikan, Karyawan toyota bersedia membantu kesulitan yang dihadapi,

Karyawan melayani anda dengan cepat, Karyawan bersedia membantu anda jika mengalami kesulitan.

4. Assurance / jaminan, yaitu Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani, Keamanan dan keaslian suku cadang asli, Konsumen percaya mobil yang bermasalah bisa diatasi dengan baik, Karyawan toyota bantul memiliki pemahaman akan kebutuhan konsumen (SOP), Karyawan selalu bersemangat dalam bekerja.
5. Emphaty / perhatian, yaitu Karyawan selalu bersemangat dalam bekerja, Karyawan menjaga hubungan baik dengan pelanggan, Karyawan melayani dengan harmonis dan ramah.

### **3.8 Pengukuran Variabel**

Menurut Jogiyanto (2004:64), skala pengukuran adalah suatu alat atau mekanisme yang dapat digunakan untuk membedakan individual-individual ke dalam variabel-variabel yang akan digunakan di dalam riset. Pada penelitian ini digunakan tipe skala ordinal sebagai skala pengukurannya. Skala ordinal yaitu skala yang memberikan informasi tentang jumlah relatif karakteristik berbeda yang dimiliki oleh objek atau individu tertentu (Noor, 2011: 126).

Jawaban kuesioner menggunakan Skala Likert, yaitu sangat rendah, rendah, netral, tinggi, sangat tinggi dan dapat diberi simbol angka 1, 2, 3, 4, dan 5. Penjelasan jawaban kuesioner tersebut diberikan nilai sebagai berikut :

1. Jawaban sangat rendah diberi bobot = 1
2. Jawaban rendah diberi bobot = 2

3. Jawaban netral diberi bobot = 3
4. Jawaban tinggi diberi bobot = 4
5. Jawaban sangat tinggi diberi bobot = 5

### 3.9 Metode Analisis Data

#### 3.9.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk memperlihatkan kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner dan kuesioner tersebut dapat mendefinisikan suatu variabel. Metode yang digunakan dalam uji validitas adalah metode *Correlations Pearson*. Rumus yang digunakan (Noor, 2011: 169) :

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item.

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item.

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X.

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y.

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X.

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y.

n = Banyaknya responden.

Uji validitas dilakukan setiap butir kuesioner. Hasilnya dibandingkan dengan  $r_{tabel} | df = n - k$  dengan tingkat signifikansi sebesar 0.05. Jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$ , maka butir kuesioner disebut valid.

### 3.9.2. Uji Reliabilitas

Sukadji (2000) Reliabilitas suatu tes adalah seberapa besar derajat tes mengukur secara konsisten sasaran yang diukur. Reliabilitas dinyatakan dalam bentuk angka, biasanya sebagai koefisien. Koefisien tinggi berarti reliabilitas tinggi. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan dan dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* ( $> 0.60$ ). Dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* (Noor, 2011: 165)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left( 1 - \frac{\sum v_i}{v_t} \right)$$

Dimana :

N = Banyaknya butir pertanyaan

Vi = Jumlah Varians butir

Vt = Varianstotal

### 3.9.3. Analisis GAP

Harapan konsumen terhadap layanan yang dijabarkan ke dalam lima dimensi kualitas layanan harus bisa dipahami oleh perusahaan dan diupayakan untuk bisa diwujudkan. Hal ini merupakan tugas berat bagi perusahaan sehingga dalam kenyataannya sering muncul keluhan yang dilontarkan oleh konsumen karena layanan

yang diterima tidak sesuai dengan harapan, inilah yang disebut dengan Gap (kesenjangan) kualitas layanan. Gap kualitas layanan terjadi karena perbedaan persepsi manajemen dengan harapan konsumen.

$$\text{Gap/kesenjangan} = \text{Kinerja/Persepsi} - \text{Harapan/Kepentingan}$$

#### 3.9.4. Importance Performance Analysis (IPA)

Penggunaan metode Importance-Performance Analysis adalah dalam mengukur tingkat kepuasan pelayanan jasa yang masuk pada kuadran-kuadran pada peta Importance-Performance Matrix. Matrilla dan James pertama kali mengusulkan *Importance Performance Analysis* sebagai alat yang berguna untuk memberikan wawasan manajemen untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Dalam metode ini diperlukan pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar pelanggan merasa puas terhadap kinerja perusahaan, dan seberapa besar pihak penyedia jasa memahami apa yang diinginkan pelanggan terhadap jasa yang mereka berikan.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian responden.

Xi = Skor penilaian kenyataan.

Yi = Skor penilaian harapan.

Selanjutnya untuk menghitung nilai rata-rata kenyataan dan nilai rata-rata harapan maka sumbu mendatar (X) diisi oleh tingkat kenyataan dan sumbu tegak (Y) diisi dengan skor tingkat harapan. Adapun rumus yang dapat digunakan untuk menghitung nilai rata-rata kenyataan dan nilai rata-rata harapan (Supranto, 2011: 241)

Analisis kesesuaian dilakukan dengan menghitung tingkat kesesuaian terlebih dahulu, lalu menghitung nilai rata-rata harapan dan persepsi untuk masing-masing pernyataan (faktor). Faktor-faktor tersebut diperingkatkan kemudian dikelompokkan menjadi empat bagian kuadran dalam diagram kartesius.

Diagram kartesius merupakan suatu bangun dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X,Y) dimana X merupakan rata-rata tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan seluruh faktor atau atribut dan Y adalah rata-rata dari skor rata-rata tingkat kepentingan atau harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Diagram kartesius terbagi menjadi empat kuadran. Langkah pertama untuk analisis kuadran dalam diagram kartesius adalah menghitung rata-rata penilaian kepentingan/harapan dan kinerja untuk setiap atribut/pernyataan dengan rumus :

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

Dimana :

$\bar{X}$  = Skor rata – rata dari seluruh faktor tingkat kinerja karyawan dealer nasmoco bantul yogyakarta

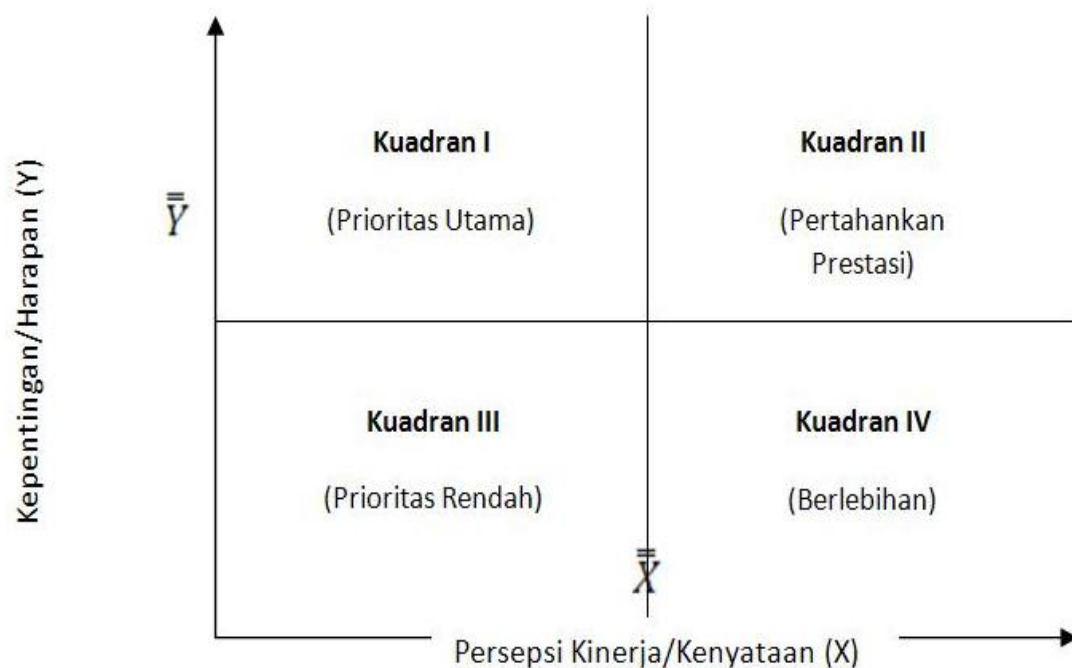
$\bar{Y}$  = Skor rata – rata dari seluruh faktor harapan konsumen pengguna dealer nasmoco bantul yogyakarta

K = Banyaknya variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa.

Nilai  $\bar{X}$  ini memotong tegak lurus pada sumbu horizontal, yakni sumbu yang mencerminkan atribut/ Pernyataan kinerja (X) sedangkan nilai  $\bar{Y}$  memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan atribut/ Pernyataan kepentingan/harapan, setelah diperoleh bobot kinerja dan kepentingan atribut/ Pernyataan serta nilai rata-rata kinerja dan kepentingan atribut/ Pernyataan, kemudian nilai-nilai tersebut diplotkan ke dalam diagram kartesius seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.1

**Gambar 3.1**

**Hubungan Tingkat Kepentingan dan Kepuasan**



**Gambar 1**

Strategi yang dapat dilakukan berkenaan dengan posisi masing-masing variabel pada keempat kuadran tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut (Rizal, 2014) :

1. Kuadran 1 adalah Prioritas Utama (*Concentrate These*)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai dengan harapan pelanggan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan.

## 2. Kuadran 2 adalah Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, dan faktor-faktor yang dianggap pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk atau jasa unggul di mata pelanggan.

## 3. Kuadran 3 adalah Prioritas Rendah (*Low Priority*)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.

## 4. Kuadran 4 adalah Berlebihan (*Possible Overkill*)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Penelitian dilakukan di perusahaan Dealer Toyota Namoco Bantul Yogyakarta. Penelitian bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang paling memuaskan pelanggan diantara dimensi kualitas pelayanan pada Dealer Nasmoco tersebut. Subjek penelitian ini adalah customer/ pelanggan pada dealer toyota nasmoco bantul yogyakarta. Sedangkan objek penelitiannya adalah kinerja, baik itu penjualan unit mobil di show room dan pada dealer toyota nasmoco bantul yogyakarta. Dengan cara ini pihak dealer toyota nasmoco bantul dapat melihat dimensi mana saja yang harus ditingkatkan pelayanannya sehingga sesuai dengan selera konsumen. Analisis yang dilakukan pada penelitian ini terdiri dari analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif yaitu menggambarkan profil konsumen dealer toyota khususnya di bantul, Untuk menganalisis data, peneliti mengambil data primer melalui penyebaran kuesioner kepada customer/ pengunjung Dealer Toyota Nasmoco Bantul Yogyakarta. dengan jumlah kuesioner sebanyak 100 eksemplar. Selanjutnya dari data kuesioner dilakukan rekapitulasi dan dianalisis untuk menjawab semua permasalahan dalam penelitian ini. Sedangkan, analisis kuantitatif dalam penelitian ini yaitu analisis persepsi kepuasan konsumen, analisis diagram kartesius.

Sebelum dilakukan analisis terhadap data penelitian terlebih dahulu dilakukan uji kualitas data/ uji instrument untuk mengetahui bahwa kuesioner dalam penelitian ini

telah dapat dinyatakan layak yaitu telah memenuhi uji validitas dan realibilitas agar kesimpulan yang diperoleh tidak menimbulkan hasil yang bias.

#### 4.1 Uji Instrumen dan Data

##### 4.1.1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana ketepatan alat pengumpul data yang berupa pertanyaan dan data yang diperoleh dapat diterima kebenarannya. Teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah korelasi Pearson Product Moment. Pearson product moment merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis asosiatif (uji hubungan) dua variabel bila datanya berskala interval atau rasio.

Pengujian validitas dengan responden sebanyak 100 responden sesuai dengan jumlah sampel dalam penelitian ini. Syarat minimal butir dinyatakan valid apabila memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Untuk taraf signifikansi 0,05 dengan jumlah responden sebanyak 100 orang sebagai penelitian maka angkanya 0,1654. Hasil uji validitas terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dilihat dalam Tabel 4.1. Adapun perhitungan selengkapnya tentang pengujian validitas ini dapat dilihat dari lampiran.

**Tabel 4.1**

#### **Hasil Analisis Uji Validitas Pada Tingkat Kepentingan Kualitas Pelayanan**

| NO | PERTANYAAN                                                 | R<br>HITUNG | R<br>TABEL | KETERANGAN |
|----|------------------------------------------------------------|-------------|------------|------------|
|    | Tangibles                                                  |             |            |            |
| 1  | Dealer Toyota memiliki peralatan yang berpenampilan modern | 0,293       | 0,1654     | Valid      |

|    |                                                                        |       |        |       |
|----|------------------------------------------------------------------------|-------|--------|-------|
| 2  | Dealer Toyota Nasmoco menyediakan bacaan bacaan yang bervariasi        | 0,256 | 0,1654 | Valid |
| 3  | Layout/tata letak di showroom terlihat bersih dan menarik              | 0,409 | 0,1654 | Valid |
| 4  | Dealer Toyota memiliki ruang parkir yang luas                          | 0,351 | 0,1654 | Valid |
|    | Reliability                                                            |       |        |       |
| 5  | Pengerjaan/ servis berjalan tepat waktu                                | 0,265 | 0,1654 | Valid |
| 6  | Prosedur yang mudah dan tidak berbelit belit                           | 0,167 | 0,1654 | Valid |
| 7  | Ketepatan waktu buka jam pelayanan                                     | 0,288 | 0,1654 | Valid |
| 8  | Kesiapan karyawan dalam melayani konsumen                              | 0,494 | 0,1654 | Valid |
|    | Responsiveness                                                         |       |        |       |
| 9  | Kejelasan tentang informasi yang diberikan                             | 0,294 | 0,1654 | Valid |
| 10 | Karyawan toyota bersedia membantu kesulitan yang dihadapi              | 0,474 | 0,1654 | Valid |
| 11 | Karyawan melayani anda dengan cepat                                    | 0,604 | 0,1654 | Valid |
| 12 | Karyawan bersedia membantu anda jika mengalami kesulitan               | 0,444 | 0,1654 | Valid |
|    | Assurance                                                              |       |        |       |
| 13 | Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani                        | 0,335 | 0,1654 | Valid |
| 14 | Keamanan dan keaslian suku cadang asli                                 | 0,669 | 0,1654 | Valid |
| 15 | Konsumen percaya mobil yang bermasalah bisa diatasi dengan baik        | 0,562 | 0,1654 | Valid |
| 16 | Karyawan toyota bantu memiliki pemahaman akan kebutuhan konsumen (SOP) | 0,491 | 0,1654 | Valid |

|    | Emphaty                                         |       |        |       |
|----|-------------------------------------------------|-------|--------|-------|
| 17 | Karyawan selalu bersemangat dalam bekerja       | 0,372 | 0,1654 | Valid |
| 18 | Karyawan menjaga hubungan baik dengan pelanggan | 0,344 | 0,1654 | Valid |
| 19 | Karyawan melayani dengan harmonis dan ramah     | 0,467 | 0,1654 | Valid |

Sumber : Data Primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa Dimensi Tangibles yang indikatornya Dealer Toyota memiliki peralatan yang berpenampilan modern, Dealer Toyota Nasmoco menyediakan bacaan bacaan yang bervariasi, Layout/tata letak di showroom terlihat bersih dan menarik, Dealer Toyota memiliki ruang parkir yang luas. Serta Dimensi Reliability yang indikatornya berupa Pengerjaan/ servis berjalan tepat waktu, Prosedur yang mudah dan tidak berbelit belit, Ketepatan waktu buka jam pelayanan, Kesiapan karyawan dalam melayani konsumen. Serta dimensi dan indikator yang lainnya berada pada Tingkat Kepentingan/ Harapan, memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,1654). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa seluruh item pertanyaan adalah valid.

**Tabel 4.2**

**Hasil Analisis Uji Validitas Pada Tingkat Kinerja Kualitas pelayanan**

| NO | PERTANYAAN                                                      | R<br>HITUNG | R<br>TABEL | KETERANGAN |
|----|-----------------------------------------------------------------|-------------|------------|------------|
| 1  | Dealer Toyota memiliki peralatan yang berpenampilan modern      | 0,506       | 0,1654     | Valid      |
| 2  | Dealer Toyota Nasmoco menyediakan bacaan bacaan yang bervariasi | 0,303       | 0,1654     | Valid      |
| 3  | Layout/tata letak di showroom terlihat bersih dan menarik       | 0,597       | 0,1654     | Valid      |

|    |                                                                         |       |        |       |
|----|-------------------------------------------------------------------------|-------|--------|-------|
| 4  | Dealer Toyota memiliki ruang parkir yang luas                           | 0,428 | 0,1654 | Valid |
| 5  | Pengerjaan/ servis berjalan tepat waktu                                 | 0,479 | 0,1654 | Valid |
| 6  | Prosedur yang mudah dan tidak berbelit belit                            | 0,327 | 0,1654 | Valid |
| 7  | Ketepatan waktu buka jam pelayanan                                      | 0,481 | 0,1654 | Valid |
| 8  | Kesiapaan karyawan dalam melayani konsumen                              | 0,483 | 0,1654 | Valid |
| 9  | Kejelasan tentang informasi yang diberikan                              | 0,465 | 0,1654 | Valid |
| 10 | Karyawan toyota bersedia membantu kesulitan yang dihadapi               | 0,402 | 0,1654 | Valid |
| 11 | Karyawan melayani anda dengan cepat                                     | 0,195 | 0,1654 | Valid |
| 12 | Karyawan bersedia membantu anda jika mengalami kesulitan                | 0,637 | 0,1654 | Valid |
| 13 | Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani                         | 0,607 | 0,1654 | Valid |
| 14 | Keamanan dan keaslian suku cadang asli                                  | 0,437 | 0,1654 | Valid |
| 15 | Konsumen percaya mobil yang bermasalah bisa diatasi dengan baik         | 0,425 | 0,1654 | Valid |
| 16 | Karyawan toyota bantul memiliki pemahaman akan kebutuhan konsumen (SOP) | 0,472 | 0,1654 | Valid |
| 17 | Karyawan selalu bersemangat dalam bekerja                               | 0,670 | 0,1654 | Valid |
| 18 | Karyawan menjaga hubungan baik dengan pelanggan                         | 0,286 | 0,1654 | Valid |
| 19 | Karyawan melayani dengan harmonis dan ramah                             | 0,245 | 0,1654 | Valid |

Sumber : Data Primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa Dimensi Tangibles yang indikatornya Dealer Toyota memiliki peralatan yang berpenampilan modern, Dealer Toyota Nasmoco menyediakan bacaan bacaan yang bervariasi, Layout/tata letak di showroom

terlihat bersih dan menarik, Dealer Toyota memiliki ruang parkir yang luas. Serta Dimensi Reliability yang indikatornya berupa Pengerjaan/ servis berjalan tepat waktu, Prosedur yang mudah dan tidak berbelit belit, Ketepatan waktu buka jam pelayanan, Kesiapan karyawan dalam melayani konsumen. Serta dimensi dan indikator yang lainnya berada pada Tingkat Kinerja, memiliki  $r$  hitung  $> r$  tabel (0,1654 ). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa seluruh item pertanyaan adalah valid.

#### 4.1.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda-beda.

Dalam pengujian ini menggunakan cara one shot atau pengukuran sekali saja. Program SPSS memberikan fasilitas untuk reliabilitas dengan uji Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai cronbach alpha  $> 0,1654$  ( $r$  tabel)

Hasil uji reliabilitas pertanyaan tentang variabel-variabel penelitian, dapat diringkas sebagaimana yang tersaji dalam tabel berikut ini.

**Tabel 4.3**

#### **Hasil pengujian reliabilitas**

| Penilaian | Koefisien Alpha Cronbach | Nilai Kritis | Keterangan |
|-----------|--------------------------|--------------|------------|
|-----------|--------------------------|--------------|------------|

|             |       |     |        |
|-------------|-------|-----|--------|
| Kinerja     | 0,743 | 0,6 | Handal |
| Kepentingan | 0,712 | 0,6 | Handal |

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha baik pertanyaan kinerja maupun kepentingan lebih besar dari nilai kritisnya (0,6). Dengan mengacu variabel diatas, maka semua variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

#### **4.2 Analisis Deskriptif**

Dalam penelitian tentang Analisis kualitas pelayanan pada dealer toyota nasmoco bantul di yogyakarta, akan dijelaskan profil konsumen Dealer Nasmoco Bantul Yogyakarta. Karakteristik yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, Umur, Profesi. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### **4.2.1. Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap tingkat kepentingan masing-masing jenis kelamin. Dari hasil angket yang disebarkan dapat dilihat dalam Tabel 4.4

**Tabel 4.4**

##### **Jenis Kelamin Responden**

| Jenis kelamin | Jumlah | Persentase |
|---------------|--------|------------|
|---------------|--------|------------|

|           |     |      |
|-----------|-----|------|
| Laki-laki | 55  | 55%  |
| Perempuan | 45  | 45%  |
| Total     | 100 | 100% |

Sumber : Data primer diolah,2017

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui responden berjumlah 100 dengan 55 adalah laki-laki dan sisanya adalah perempuan. Jika dipersentasekan 55% responden adalah Laki-laki dan 45% adalah perempuan.

#### **4.2.2.Umur**

Umur seseorang merupakan faktor yang sangat menentukan penilaian konsumen. Hal ini dipengaruhi oleh pengetahuan, pandangan, pengalaman sehingga sangat mempengaruhi kepuasan. Berdasarkan hasil dari Kuesioner bahwa responden yang menggunakan/ pernah berada di Dealer Toyota Namoco Bantul mulai dari umur 19 tahun sampai dengan 58 tahun.

#### **4.2.3.Profesi**

Profesi merupakan faktor yang dapat menentukan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan. Hal ini disebabkan karena jenis pekerjaan berhubungan langsung dengan tingkat kepentingan pada jenis pekerjaan yang ditekuninya. Tabel 4.5 menunjukkan pekerjaan responden.

**Tabel 4.5**

**Klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan**

| Pekerjaan/profesi | frekuensi | Persentase |
|-------------------|-----------|------------|
| Dokter            | 10        | 10%        |
| Mahasiswa         | 20        | 20%        |
| Pegawai bumh      | 13        | 13%        |
| Pegawai swasta    | 21        | 21%        |
| Pns               | 10        | 10%        |
| Polri             | 3         | 3%         |
| Tni               | 10        | 10%        |
| Wiraswasta        | 13        | 13%        |
| Total             | 100       | 100%       |

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa jenis pekerjaan responden mayoritas adalah pegawai swasta yaitu sebesar 21 orang (21%). Sedangkan distribusi tingkat pekerjaan yang lain yaitu dokter 10 orang (10%), mahasiswa 20 orang (20%), pegawai bumh 13 orang (13%). Pns 10 orang (10%), polri 3 orang (3%), tni 10 orang (10%), wiraswasta 13 orang (13%) diambil dari pengunjung/responden dari keseluruhan yaitu pengunjung/customer yang berada di showroom, ruang tunggu bengkel dan body repaint).

#### **4.3 Analisis Kuantitatif**

Analisis Kuantitatif yaitu analisis data yang berdasarkan pada masalah yang didapatkan pada angka. Mendasarkan keputusan pada penilaian objektif yang

didasarkan pada model matematika yang dibuat. Umumnya pendekatan kuantitatif dalam pengambilan keputusan menggunakan model-model matematika. Langkah-langkah dalam pengambilan keputusan mendefinisikan masalah. Secara sederhana, masalah merupakan perbedaan (gap) antara situasi yang diinginkan dengan kenyataan yang ada.

#### **4.3.1. Analisis Servqual**

Adalah perbandingan kinerja aktual dengan kinerjapotensial atau yang diharapkan. sebagai metode, analisa gap digunakan sebagai alat evaluasi bisnis yang menitikberatkan pada kesenjangan kinerja perusahaan saat ini dengan kinerja yang sudah ditargetkan sebelumnya. Gap (kesenjangan) kualitas layanan. Gap kualitas layanan terjadi karena perbedaan persepsi manajemen dengan harapan konsumen.

$$\text{Servqual Gap} = \text{Skor Kinerja/Persepsi} - \text{Skor Harapan/Kepentingan}$$

Hasil analisis Servqual dibedakan dalam tiga kategori sebagai berikut :

1. Gap skor nol, menunjukkan bahwa skor harapan pelanggan sama dengan skor kualitas pelayanan.
2. Gap skor negatif, menunjukkan bahwa skor harapan pelanggan lebih besar dari skor kualitas pelayanan.
3. Gap skor positif, menunjukkan bahwa skor kualitas pelayanan lebih besar dari skor harapan pelanggan. Kondisi ini menunjukkan kepuasan pelanggan.

Dibawah ini adalah hasil jawaban responden analisis servqual dalam masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 4.6

**Tabel 4.6**

**Analisis Gap kinerja dan kepentingan konsumen**

**Dealer nasmoco bantul yogyakarta**

| NO                        | PERTANYAAN                                                      | Kinerja<br>(X) | Kepentingan<br>(Y) | Gap    |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------|----------------|--------------------|--------|
| <b>a. Tangible</b>        |                                                                 |                |                    |        |
| 1                         | Dealer Toyota memiliki peralatan yang berpenampilan modern      | 3,15           | 3,12               | 0,39   |
| 2                         | Dealer Toyota Nasmoco menyediakan bacaan bacaan yang bervariasi | 3,78           | 3,35               | 0,23   |
| 3                         | Layout/tata letak di showroom terlihat bersih dan menarik       | 3,68           | 3,05               | 0,63   |
| 4                         | Dealer Toyota memiliki ruang parkir yang luas                   | 3,85           | 3,55               | 0,3    |
| <b>Rata-rata tangible</b> |                                                                 | 3,705          | 3,3175             | 0,3875 |
| <b>b. Reliability</b>     |                                                                 |                |                    |        |
| 5                         | Pengerjaan/ servis berjalan tepat waktu                         | 3,39           | 3,09               | 0,3    |
| 6                         | Prosedur yang mudah dan tidak berbelit belit                    | 3,27           | 3,48               | -0,21  |
| 7                         | Ketepatan waktu buka jam pelayanan                              | 3,67           | 3,52               | 0,15   |
| 8                         | Kesiapaan karyawan dalam melayani konsumen                      | 3,75           | 3,3                | 0,45   |

|                                 |                                                                         |        |        |        |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|
| <b>Rata-rata reliability</b>    |                                                                         | 3,52   | 3,3475 | 0,1725 |
| <b>c. Responsiveness</b>        |                                                                         |        |        |        |
| 9                               | Kejelasan tentang informasi yang diberikan                              | 3,3    | 3,05   | 0,25   |
| 10                              | Karyawan toyota bersedia membantu kesulitan yang dihadapi               | 3,63   | 3,4    | 0,23   |
| 11                              | Karyawan melayani anda dengan cepat                                     | 3,14   | 3,24   | -0,1   |
| 12                              | Karyawan bersedia membantu anda jika mengalami kesulitan                | 3,72   | 3,36   | 0,36   |
| <b>Rata-rata responsiveness</b> |                                                                         | 3,4475 | 3,2625 | 0,185  |
| <b>d. Assurance</b>             |                                                                         |        |        |        |
| 13                              | Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani                         | 3,35   | 3,07   | 0,28   |
| 14                              | Keamanan dan keaslian suku cadang asli                                  | 3,64   | 3,38   | 0,26   |
| 15                              | Konsumen percaya mobil yang bermasalah bisa diatasi dengan baik         | 3,6    | 3,38   | 0,22   |
| 16                              | Karyawan toyota bantul memiliki pemahaman akan kebutuhan konsumen (SOP) | 3,7    | 3,27   | 0,43   |
| <b>Rata-rata Assurance</b>      |                                                                         | 3,5725 | 3,275  | 0,2975 |
| <b>e. Emphaty</b>               |                                                                         |        |        |        |
| 17                              | Karyawan selalu bersemangat dalam bekerja                               | 3,41   | 3,08   | 0,33   |

|                          |                                                 |        |        |        |
|--------------------------|-------------------------------------------------|--------|--------|--------|
| 18                       | Karyawan menjaga hubungan baik dengan pelanggan | 3,45   | 3,52   | -0,07  |
| 19                       | Karyawan melayani dengan harmonis dan ramah     | 3,8    | 3,58   | 0,22   |
| <b>Rata-rata Emphaty</b> |                                                 | 3,5554 | 3,3934 | 0,16   |
| <b>Rata Rata total</b>   |                                                 | 3,56   | 3,32   | 0,2405 |

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan tingkat kepuasan konsumen dealer toyota nasmoco di bantul yogyakarta, yaitu dengan membandingkan hasil kinerja perusahaan terhadap kepentingan konsumen melalui alat analisis gap. Jika penilaian kinerja perusahaan sama dengan atau lebih besar dengan tingkat kepentingan konsumen maka konsumen tersebut telah memperoleh kepuasan ( $gap > 0$ ). Hasil analisis gap pada masing masing atribut dan keseluruhan dapat ditunjukkan melalui tabel diatas.

#### 4.3.2. Analisis Diagram Kartesius

Analisis diagram kartesius bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan pada kualitas jasa Dealer nasmoco bantul yogyakarta. Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan melalui peningkatan pelayanan pada produk tersebut. Pendekatan ini dapat digunakan untuk menjabarkan variabel ke dalam diagram kartesius berdasarkan penilaian performance (kinerja) perusahaan dan penilaian importance (kepentingan). Sebagai sumbu X adalah performance (kinerja) perusahaan dan sumbu Y adalah importance (harapan) konsumen. Diagram kartesius merupakan suatu bangun 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 tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan seluruh faktor atau atribut dan Y adalah rata-rata dari skor rata-rata tingkat kepentingan atau harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Diagram kartesius terbagi menjadi empat kuadran.

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

Dimana :

$\bar{X}$  = Skor rata – rata dari seluruh faktor tingkat kinerja karyawan dealer nasmoco bantul yogyakarta

$\bar{Y}$  = Skor rata – rata dari seluruh faktor harapan konsumen pengguna dealer nasmoco bantul yogyakarta

K = Banyaknya variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa.

Dari tabel 4.6 dapat diketahui besarnya skor rata-rata sebagai berikut:

| Rata-rata                | Kinerja (X) | Kepentingan (Y) |
|--------------------------|-------------|-----------------|
| Rata-rata Tangible       | 3,705       | 3,3175          |
| Rata-rata Reliability    | 3,52        | 3,3475          |
| Rata-rata Responsiveness | 3,4475      | 3,2625          |
| Rata-rata Assurance      | 3,5725      | 3,275           |
| Rata-rata emphaty        | 3,5554      | 3,3934          |

$$\bar{X} = \frac{3,705+3,52 +3,4475+3,5725+3,5554}{5} = 3,56$$

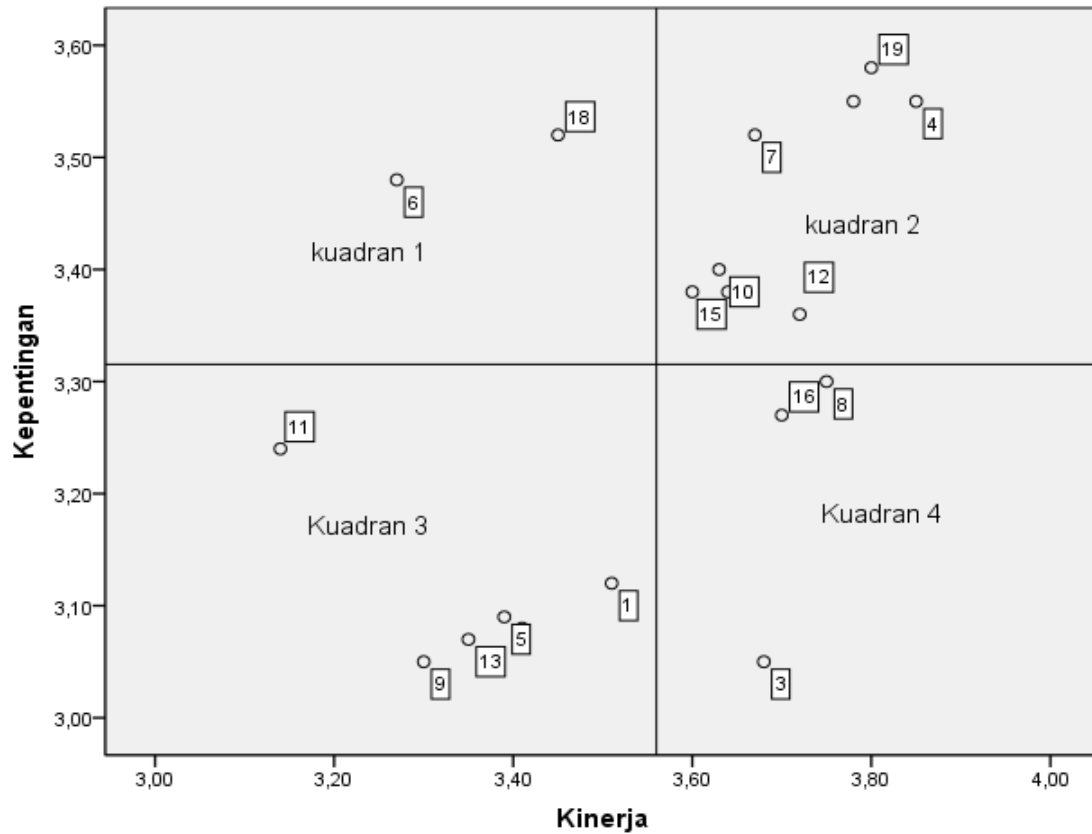
$$\bar{Y} = \frac{3,3175+3,3475+3,2625+3,275+3,3934}{5} = 3,32$$

Berdasarkan hasil perhitungan analisis diagram kartesius pada pelayanan dealer nasmoco di Bantul yogyakarta, dapat diketahui nilai rata-rata kinerja sebesar 3,56 dan nilai rata-rata kepentingan 3,32. Selanjutnya angka rata-rata kinerja dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu X dan nilai rata-rata harapan dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu Y.

Dalam menggambarkan diagram kartesius akan terbagi ke dalam 4 kuadran. Kuadran 1 yaitu untuk atribut yang nilai kinerja kurang dari 3,56 dan nilai kepentingan di atas 3,32. Untuk kuadran 2, yaitu item-item yang memiliki nilai kinerja di atas 3,56 dan nilai kepentingan diatas 3,32. Untuk kuadran 3 yaitu item yang memiliki nilai kinerja kurang dari 3,56 dan nilai kepentingannya kurang dari 3,32. Sedangkan pada kuadran 4 berisi item item yang memiliki kinerja lebih dari 3,56 tetapi nilai kepentingannya kurang dari 3,32. Selanjutnya dari data yang diperoleh pada tabel 4.6 diatas dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut:

**Gambar 4.7**

**Diagram kartesius kualitas layanan pada Nasmoco di bantul Yogyakarta**



Berdasarkan gambar 4.7 di atas menunjukkan beberapa dimensi berada pada kuadran yang berbeda-beda . Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Kuadran I Prioritas Utama (*Concentrate These*)**

Variabel yang berada pada kuadran 1 artinya variabel ini memiliki tingkat kinerja dibawah rata-rata tetapi tingkat harapan konsumen cukup tinggi. Variabel-variabel ini penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting terutama oleh pelanggan, sedangkan kinerjanya masih belum memuaskan.

Variabel yang berada dalam kuadran I berdasarkan penelitian adalah :

- a) Variabel 6 yaitu prosedur yang mudah dan tidak berbelit belit (3,27;3,48)
- b) Variabel 18 karyawan menjaga hubungan baik dengan pelanggan (3,45;3,52)

Oleh karena itu pihak nasmoco bantul yogyakarta perlu menekankan dan memprioritaskan variabel tersebut dengan melakukan kinerja yang lebih. Membuat prosedur yang mudah dan tidak berbelit belit serta dapat menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan. Dalam hal pelaksanaan pelayanan kepada konsumen hendaknya lebih terstruktur.

## **2. Kuadran 2 Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*)**

Variabel yang masuk dalam kuadran 2 merupakan kekuatan perusahaan karena di dalamnya berarti memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dengan kinerja yang tinggi pula.

Variabel yang berada dalam kuadran 2 berdasarkan penelitian adalah:

- a) Variabel 4 yaitu Dealer Toyota memiliki ruang parkir yang luas (3,85;3,55)
- b) Variabel 7 yaitu Ketepatan waktu buka jam pelayanan (3,67;3,52)
- c) Variabel 10 yaitu Karyawan toyota bersedia membantu kesulitan yang dihadapi (3,63;3,4)
- d) Variabel 12 yaitu Karyawan bersedia membantu anda jika mengalami kesulitan (3,72;3,36)
- e) Variabel 15 yaitu Konsumen percaya mobil yang bermasalah bisa diatasi dengan baik (3,6;3,38)

- f) Variabel 19 yaitu Karyawan melayani dengan harmonis dan ramah  
(3,8;3,58)

Dengan demikian perusahaan namoco bantul yogyakarta harus dapat mempertahankan keenam variabel di atas yang telah dinilai oleh konsumen sebagai pelayanan yang memuaskan. Hal ini dilakukan perusahaan sebagai kekuatan dan kompetitif untuk perusahaan untuk memenangkan bisnis. Dealer toyota memiliki ruang parkir yang luas memberikan kenyamanan dan keamanan para customer serta bisa menampung pengunjung dengan berbeda kepentingan. Ketepatan waktu buka yang tentunya memberikan kelonggaran kepada konsumen. Dapat membantu segala permasalahan mobil melalui tanya jawab akan kendala yang dihadapi konsumen. Sudah tidak diragukan lagi kualitas service mobil, body repaintnya.

### **3. Kuadran 3 Prioritas Rendah (*Low Priority*)**

Variabel yang masuk dalam kuadran 3 merupakan variabel yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja relatif rendah/ tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali.

Variabel yang berada dalam kuadran 3 berdasarkan penelitian adalah:

- a) Variabel 1 yaitu Dealer Toyota memiliki peralatan yang berpenampilan modern (3,15;3,12)
- b) Variabel 5 yaitu Pengerjaan/ servis berjalan tepat waktu (3,39;3,09)
- c) Variabel 9 yaitu Kejelasan tentang informasi yang diberikan (3,3;3,05)

- d) Variabel 11 yaitu Karyawan melayani anda dengan cepat (3,14;3,24)
- e) Variabel 13 yaitu Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani (3,35;3,07)

#### **4. Kuadran 4 Berlebihan (*Possible Overkill*)**

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

Variabel yang berada dalam kuadran 3 berdasarkan penelitian adalah:

- a) Variabel 3 yaitu Layout/tata letak di showroom terlihat bersih dan menarik (3,68;3,05)
- b) Variabel 8 yaitu Kesiapan karyawan dalam melayani konsumen (3,75;3,3)
- c) Variabel 16 yaitu Karyawan toyota bantul memiliki pemahaman akan kebutuhan konsumen (SOP) (3,7;3,27)

Sebaiknya kinerja yang ada pada keempat variabel di atas tidak perlu terlalu tinggi, hal ini disebabkan karena konsumen tidak begitu mementingkan pelayanan pada variabel tersebut. Usaha peningkatan kualitas jasa dialihkan ke beberapa variabel yang dirasa sangat dipentingkan oleh konsumen tetapi kinerjanya masih terasa kurang yaitu variabel-variabel yang berada pada kuadran 1.

## **4.4 Pembahasan**

### **4.4.1. Pembahasan Analisis Gap**

#### **a. Analisis GAP pada dimensi Tangible (Bukti fisik)**

Hasil analisis tingkat kesesuaian/gap dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan pada dimensi tangible sudah memberikan kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari dimensi tangible yang memiliki rata rata gap sebesar 0,3875. dimana nilai tersebut positif (+). Hasil ini dilihat pada masing-masing item yaitu Dealer Toyota memiliki peralatan yang berpenampilan modern dengan gap (0,39), Dealer Toyota Nasmoco menyediakan bacaan bacaan yang bervariasi dengan gap (0,23), Layout/tata letak di showroom terlihat bersih dan menarik dengan gap (0,63) dan Dealer Toyota memiliki ruang parkir yang luas dengan gap (0,3) hasil ini menunjukkan bahwa kondisi fisik/ tangible pada toyota nasmoco di bantul yogyakarta sudah sesuai dengan harapan konsumen, karena kinerja dikurangi harapan menghasilkan gap/kesenjangan yang semuanya bernilai positif.

#### **b. Analisis GAP pada dimensi Reliability (Kehandalan)**

Pada bagian ini diartikan sebagai kesanggupan perusahaan Dealer nasmoco bantul yogyakarta untuk menjamin kepuasan pelanggan. Data menunjukan bahwa tanggapan responden masih puas namun belum optimal hal ini menunjukkan karena seluruh atribut pada dimensi tangible memiliki analisis gap rata-rata sebesar 0,1725 dimana nilai tersebut positif (+). Hasil dimensi reliability pada masing-masing item yaitu Pengerjaan/ servis berjalan tepat waktu dengan gap (0,3), Prosedur yang mudah dan tidak berbelit belit (-0,21),

Ketepatan waktu buka jam pelayanan (0,15) masih menunjukkan GAP yang positif. Kesiapan karyawan dalam melayani konsumen dengan gap (0,45). Hasil ini menunjukkan dimensi reliability sesuai dengan harapan konsumen walaupun prosedur yang mudah dan tidak berbelit belit masih mempunyai nilai negatif karena rata-rata secara keseluruhan masih berada pada nilai yang positif (0,1725).

#### **c. Analisis GAP pada dimensi Responsiveness (Daya Tanggap)**

Pada bagian ini diartikan sebagai daya tanggap perusahaan Dealer nasmoco bantul yogyakarta untuk menjamin kepuasan pelanggan. Data menunjukan bahwa tanggapan responden sudah memberikan kepuasan kepada konsumen. hal ini menunjukkan karena seluruh atribut pada dimensi responsiveness memiliki analisis gap rata-rata sebesar 0,185 dimana nilai tersebut positif (+). Hasil dimensi responsiveness pada masing-masing item yaitu Kejelasan tentang informasi yang diberikan (0,25), Karyawan toyota bersedia membantu kesulitan yang dihadapi (0,23), Karyawan melayani anda dengan cepat (-0,1), Karyawan bersedia membantu anda jika mengalami kesulitan (0,36). Hasil ini menunjukkan bahwa dimensi responsiveness yang diberikan toyota nasmoco bantul yogyakarta sesuai dengan kepentingan konsumen.

#### **d. Analisis GAP pada dimensi Assurance (Jaminan)**

Pada bagian ini diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam meyakinkan konsumen atas tanggung jawab perusahaan terhadap kualitas

pelayanan yang diberikan, serta kebijakan perusahaan dalam melayani. Data menunjukkan bahwa tanggapan responden sudah memberikan kepuasan kepada konsumen. hal ini menunjukkan karena seluruh atribut pada dimensi assurance memiliki analisis gap rata rata sebesar 0,2975 dimana nilai tersebut positif (+). Hasil dimensi assurance pada masing-masing item yaitu Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani(0,28), Keamanan dan keaslian suku cadang asli (0,26), Konsumen percaya mobil yang bermasalah bisa diatasi dengan baik (0,22) dan Karyawan toyota bantul memiliki pemahaman akan kebutuhan SOP (0,43). Hasil ini menunjukkan bahwa dimensi assurance yang diberikan toyota nasmoco bantul yogyakarta sesuai dengan kepentingan konsumen sehingga mampu memberikan kepuasan atas jasa pelayanan tersebut.

**e. Analisis GAP pada dimensi Emphaty (empati)**

Pada bagian ini diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menyajikan dan menyediakan berbagai informasi, baik melalui karyawan secara langsung. Data menunjukkan bahwa tanggapan responden sudah memberikan kepuasan kepada konsumen. hal ini menunjukkan karena seluruh atribut pada dimensi emphaty memiliki analisis gap rata rata sebesar 0,16 dimana nilai tersebut positif (+). Hasil dimensi emphaty pada masing-masing item yaitu Karyawan selalu bersemangat dalam bekerja (0,33), Karyawan menjaga hubungan baik dengan pelanggan (-0,7), Karyawan melayani dengan harmonis dan ramah (0,22) .Hasil ini menunjukkan bahwa dimensi emphaty yang diberikan toyota nasmoco bantul yogyakarta sudah sesuai dengan kepentingan

konsumen sehingga sudah mampu memberikan kepuasan atas jasa pelayanan tersebut.

Dari hasil analisis kesesuaian secara keseluruhan dimensi diperoleh lima indikator yang memuaskan pelanggan yaitu Tangible, Reliability, Emphaty. Responsiveness dan assurance. Sedangkan beberapa indikator yang terdapat di reability, responsiveness dan emphaty masih perlu diperbaiki lagi. Namun, kebanyakan sudah memberikan nilai yang baik/ positif.

#### **4.4.2. Pembahasan Analisis Kartesius**

Dari Analisis Kartesius diperoleh yaitu diagram kartesius merupakan suatu bangun 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 tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan seluruh faktor atau atribut dan Y adalah rata-rata dari skor rata-rata tingkat kepentingan atau harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Diagram kartesius terbagi menjadi empat kuadran. Analisis diagram kartesius per atribut bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada kualitas pelayanan dealer toyota nasmoco bantul yogyakarta. Berdasarkan hasil perhitungan analisis diagram kartesius pada pelayanan dealer nasmoco di Bantul yogyakarta, dapat diketahui nilai rata-rata kinerja sebesar 3,56 dan nilai rata-rata kepentingan 3,32. Selanjutnya angka rata-rata kinerja dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu X dan nilai rata-rata harapan dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu Y. Dalam menggambarkan diagram kartesius akan terbagi ke dalam 4 kuadran. Kuadran 1 yaitu untuk

atribut yang nilai kinerja kurang dari 3,56 dan nilai kepentingan di atas 3,32. Untuk kuadran 2, yaitu item-item yang memiliki nilai kinerja di atas 3,56 dan nilai kepentingan di atas 3,32. Untuk kuadran 3 yaitu item yang memiliki nilai kinerja kurang dari 3,56 dan nilai kepentingannya kurang dari 3,32. Sedangkan pada kuadran 4 berisi item item yang memiliki kinerja lebih dari 3,56 tetapi nilai kepentingannya kurang dari 3,32.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan analisis data yang diuraikan dalam bab IV, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis servqual dan tingkat kesesuaian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Dealer toyota nasmoco bantul yogyakarta. Hal ini dapat dibuktikan bahwa sebagian besar gap antara kinerja dan kepentingan nilainya positif, menunjukkan bahwa kinerja pada jasa dealer nasmoco bantul yogyakarta dapat memenuhi kepuasan konsumen. Dimana dimensi pada tangible dengan rata-rata sebesar 0,3875, dimensi reliability dengan rata-rata gap sebesar 0,1725, dimensi responsiveness dengan rata-rata 0,185, dimensi assurance dengan rata-rata gap sebesar 0,2975 dan empathy dengan rata-rata gap sebesar 0,16. Kepuasan tertinggi dalam rata-rata analisis diatas menunjukkan bahwa dimensi tangible sudah sesuai dengan harapan konsumen. Dimensi tangible yang terdiri dari peralatan yang berpenampilan modern, menyediakan bacaan-bacaan yang bervariasi, layout/tata letak di showroom bersih dan menarik serta sudah memiliki ruang parkir yang luas.
2. Berdasarkan analisis diagram kartesius per atribut dapat diketahui variabel yang perlu diprioritaskan oleh karyawan dealer nasmoco bantul yogyakarta yaitu

prosedur yang mudah dan tidak berbelit belit, karyawan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan. Hal ini disebabkan karena kedua variabel dinilai sangat penting oleh pelanggan namun tingkat kinerjanya masih belum memuaskan. Variabel yang berada di atas dapat dikatakan berada di kuadran I artinya variabel ini memiliki tingkat kinerja dibawah rata-rata tetapi tingkat harapan konsumen cukup tinggi.

## **5.2. Saran**

Pihak namoco bantul yogyakarta hendaknya meningkatkan terhadap dimensi empathy terutama karyawan menjaga hubungan baik dengan customer hal ini perlu ditingkatkan lagi kinerjanya. Karena gap tersebut bernilai negatif (-) selain itu juga prosedur yang mudah dan tidak berbelit-belit masih menunjukkan gap (-) hal ini perlu ditingkatkan lagi kinerjanya dan terakhir karyawan melayani anda dengan cepat. walaupun, gap hanya selisih sangat sedikit. Tentu ini harus ditingkatkan lagi kinerjanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Brandon-Jones et al. (2016), *Journal of Operations Management* , Elsevier 42-43
- Callystha Prayhoego dan Devie (2013), Analisa Pengaruh Total Quality management Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja perusahaan. *Business Accounting Review*, VOL. 1
- Fitriana Ulfah, Susilo Toto Rahardjo (2013), Analisis Pengaruh Implementasi Manajemen Kualitas Terhadap Kinerja Organisasi pada Usaha kecil Menengah di Kota Salatiga. e-journal undip, hal: 22
- Hani Handoko. 1993. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPFE
- Haryo Santoso (2015), Meningkatkan Kualitas Layanan Industri Jasa Melalui Pendekatan Integrasi Metoda Servqual-Six Sigma atau Servqual-QFD. *Jurnal kualitas dan pelayanan* 5 (2), hal: 110-143
- Jasfar, Farida. 2002. *Manajemen Jasa: Pendekatan Terpadu*, Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Trisakti
- Jay Heizer dan Barry Render. 2005. *Operations and Management (Manajemen Operasi)*, Edisi Tujuh. Jakarta: Salemba Empat
- Lukman, 2000, *Manajemen Kualitas Pelayanan*, Jakarta: STIA-LAN.
- Prawitra, Teddy, dan Sutrisna, (2001). *Kepuasan Pelanggan sebagai keunggulan daya saing: Konsep*. Jakarta; Indeks kelompok Gramedia.
- Purnama, Nursya'bani. 2006. *Manajemen Kualitas, Perspektif Global*. Yogyakarta: EKONISIA FE UII

Tjiptono, Fandy, (2001). *Manajemen jasa*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy , (2008). *Service Management: mewujudkan layanan prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Yamit, Zulian. (1996) , *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi Pertama, Yogyakarta : Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta

Zeithaml, V.A., and Bitner, M.J., (2003), *Services marketing: integrating customer focus across the firm*, (International Edition), New York: The McGraw-Hill Companies. Inc.

# LAMPIRAN

**LAMPIRAN 1 UJI VALIDITAS KEPENTINGAN**

|    |                     | Q1    | Q2    | Q3    | Q4    | Q5    | Q6    | Q7    | Q8    | Q9    | Q10  | Q11   | Q12   | Q13   | Q14   | Q15   | Q16   | Q17   | Q18   | Q19   | TOTAL |
|----|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Q1 | Pearson Correlation | 1     | ,043  | -,021 | ,012  | -,057 | -,161 | ,061  | ,187  | ,242  | ,304 | ,114  | ,335  | ,205  | ,142  | -,048 | ,178  | ,056  | ,054  | -,056 | ,293  |
|    | Sig. (2-tailed)     |       | ,670  | ,832  | ,909  | ,577  | ,111  | ,547  | ,063  | ,015  | ,002 | ,260  | ,001  | ,041  | ,160  | ,638  | ,076  | ,581  | ,593  | ,580  | ,003  |
|    | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| Q2 | Pearson Correlation | ,043  | 1     | -,093 | ,096  | -,289 | -,009 | ,034  | -,036 | -,087 | ,145 | ,188  | -,019 | -,129 | ,357  | ,108  | -,100 | -,015 | ,094  | ,141  | ,256  |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,670  |       | ,357  | ,344  | ,004  | ,926  | ,739  | ,722  | ,392  | ,151 | ,061  | ,849  | ,202  | ,000  | ,284  | ,322  | ,883  | ,353  | ,162  | ,010  |
|    | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| Q3 | Pearson Correlation | -,021 | -,093 | 1     | ,496  | ,234  | ,071  | ,374  | ,014  | ,272  | ,024 | -,027 | ,061  | ,296  | ,208  | ,150  | ,170  | ,113  | -,015 | ,071  | ,409  |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,832  | ,357  |       | ,000  | ,019  | ,485  | ,000  | ,890  | ,006  | ,813 | ,792  | ,544  | ,003  | ,038  | ,136  | ,090  | ,265  | ,883  | ,481  | ,000  |
|    | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| Q4 | Pearson Correlation | ,012  | ,096  | ,496  | 1     | ,139  | -,075 | ,439  | -,079 | -,035 | ,097 | ,105  | ,005  | ,049  | ,294  | ,222  | ,053  | -,014 | -,193 | -,129 | ,351  |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,909  | ,344  | ,000  |       | ,169  | ,458  | ,000  | ,433  | ,730  | ,335 | ,300  | ,964  | ,629  | ,003  | ,027  | ,603  | ,890  | ,055  | ,201  | ,000  |
|    | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| Q5 | Pearson Correlation | -,057 | -,289 | ,234  | ,139  | 1     | ,107  | ,054  | ,053  | ,214  | ,225 | ,125  | -,010 | ,182  | ,172  | ,129  | ,069  | ,145  | ,012  | -,007 | ,265  |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,577  | ,004  | ,019  | ,169  |       | ,291  | ,594  | ,600  | ,032  | ,024 | ,215  | ,923  | ,070  | ,086  | ,201  | ,493  | ,151  | ,909  | ,942  | ,008  |
|    | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| Q6 | Pearson Correlation | -,161 | -,009 | ,071  | -,075 | ,107  | 1     | -,104 | ,121  | ,141  | ,086 | -,053 | -,113 | ,081  | ,164  | ,018  | -,027 | ,088  | ,048  | -,040 | ,162  |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,111  | ,926  | ,485  | ,458  | ,291  |       | ,301  | ,230  | ,162  | ,394 | ,601  | ,264  | ,423  | ,103  | ,862  | ,787  | ,382  | ,637  | ,693  | ,108  |
|    | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| Q7 | Pearson Correlation | ,061  | ,034  | ,374  | ,439  | ,054  | -,104 | 1     | -,016 | ,022  | ,191 | ,054  | ,143  | ,120  | -,044 | -,018 | -,001 | ,035  | -,145 | -,004 | ,288  |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,547  | ,739  | ,000  | ,000  | ,594  | ,301  |       | ,873  | ,826  | ,057 | ,591  | ,157  | ,235  | ,665  | ,858  | ,991  | ,728  | ,150  | ,972  | ,004  |
|    | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| Q8 | Pearson Correlation | ,187  | -,036 | ,014  | -,079 | ,053  | ,121  | -,016 | 1     | ,250  | ,023 | ,383  | ,303  | ,147  | ,289  | ,229  | ,289  | ,109  | ,202  | ,348  | ,494  |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,063  | ,722  | ,890  | ,433  | ,600  | ,230  | ,873  |       | ,012  | ,818 | ,000  | ,002  | ,144  | ,004  | ,022  | ,004  | ,280  | ,044  | ,000  | ,000  |
|    | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |

|     |                     |       |       |       |       |       |       |       |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |       |       |      |
|-----|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|------|
| Q9  | Pearson Correlation | ,242  | -,087 | ,272  | -,035 | ,214  | ,141  | ,022  | ,250 | 1    | ,096 | ,035 | ,178 | ,381 | ,108 | ,054 | ,159 | ,052 | -,030 | ,005  | ,294 |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,015  | ,392  | ,006  | ,730  | ,032  | ,162  | ,826  | ,012 |      | ,344 | ,726 | ,077 | ,000 | ,287 | ,594 | ,114 | ,609 | ,770  | ,964  | ,003 |
|     | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100  |
| Q10 | Pearson Correlation | ,304  | ,145  | ,024  | ,097  | ,225  | ,086  | ,191  | ,023 | ,096 | 1    | ,285 | ,084 | ,096 | ,253 | ,201 | ,206 | ,137 | -,037 | ,130  | ,474 |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,002  | ,151  | ,813  | ,335  | ,024  | ,394  | ,057  | ,818 | ,344 |      | ,004 | ,408 | ,342 | ,011 | ,045 | ,040 | ,174 | ,714  | ,196  | ,000 |
|     | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100  |
| Q11 | Pearson Correlation | ,114  | ,188  | -,027 | ,105  | ,125  | -,053 | ,054  | ,383 | ,035 | ,285 | 1    | ,374 | ,053 | ,355 | ,435 | ,291 | ,270 | ,067  | ,250  | ,604 |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,260  | ,061  | ,792  | ,300  | ,215  | ,601  | ,591  | ,000 | ,726 | ,004 |      | ,000 | ,598 | ,000 | ,000 | ,003 | ,007 | ,506  | ,012  | ,000 |
|     | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100  |
| Q12 | Pearson Correlation | ,335  | -,019 | ,061  | ,005  | -,010 | -,113 | ,143  | ,303 | ,178 | ,084 | ,374 | 1    | ,227 | ,182 | ,222 | ,446 | ,089 | ,079  | -,042 | ,444 |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,001  | ,849  | ,544  | ,964  | ,923  | ,264  | ,157  | ,002 | ,077 | ,408 | ,000 |      | ,023 | ,070 | ,026 | ,000 | ,379 | ,437  | ,679  | ,000 |
|     | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100  |
| Q13 | Pearson Correlation | ,205  | -,129 | ,296  | ,049  | ,182  | ,081  | ,120  | ,147 | ,381 | ,096 | ,053 | ,227 | 1    | ,203 | ,060 | ,116 | ,271 | -,029 | ,039  | ,335 |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,041  | ,202  | ,003  | ,629  | ,070  | ,423  | ,235  | ,144 | ,000 | ,342 | ,598 | ,023 |      | ,043 | ,554 | ,252 | ,006 | ,776  | ,698  | ,001 |
|     | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100  |
| Q14 | Pearson Correlation | ,142  | ,357  | ,208  | ,294  | ,172  | ,164  | -,044 | ,289 | ,108 | ,253 | ,355 | ,182 | ,203 | 1    | ,386 | ,181 | ,269 | ,271  | ,369  | ,699 |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,160  | ,000  | ,038  | ,003  | ,086  | ,103  | ,665  | ,004 | ,287 | ,011 | ,000 | ,070 | ,043 |      | ,000 | ,071 | ,007 | ,006  | ,000  | ,000 |
|     | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100  |
| Q15 | Pearson Correlation | -,048 | ,108  | ,150  | ,222  | ,129  | ,018  | -,018 | ,229 | ,054 | ,201 | ,435 | ,222 | ,060 | ,386 | 1    | ,277 | ,147 | ,132  | ,275  | ,562 |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,638  | ,284  | ,136  | ,027  | ,201  | ,862  | ,858  | ,022 | ,594 | ,045 | ,000 | ,026 | ,554 | ,000 |      | ,005 | ,146 | ,190  | ,006  | ,000 |
|     | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100  |
| Q16 | Pearson Correlation | ,178  | -,100 | ,170  | ,053  | ,069  | -,027 | -,001 | ,289 | ,159 | ,206 | ,291 | ,446 | ,116 | ,181 | ,277 | 1    | ,083 | ,206  | ,201  | ,491 |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,076  | ,322  | ,090  | ,603  | ,493  | ,787  | ,991  | ,004 | ,114 | ,040 | ,003 | ,000 | ,252 | ,071 | ,005 |      | ,410 | ,039  | ,045  | ,000 |
|     | N                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100  |
| Q17 | Pearson Correlation | ,056  | -,015 | ,113  | -,014 | ,145  | ,088  | ,035  | ,109 | ,052 | ,137 | ,270 | ,089 | ,271 | ,269 | ,147 | ,083 | 1    | ,217  | ,151  | ,372 |
|     |                     |       |       |       |       |       |       |       |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |       |       |      |
|     |                     |       |       |       |       |       |       |       |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |       |       |      |

|       |                     |       |      |       |       |       |       |       |      |       |       |      |       |       |      |      |      |      |      |      |      |
|-------|---------------------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|------|-------|-------|------|------|------|------|------|------|------|
|       | Sig. (2-tailed)     | ,581  | ,883 | ,265  | ,890  | ,151  | ,382  | ,728  | ,280 | ,609  | ,174  | ,007 | ,379  | ,006  | ,007 | ,146 | ,410 |      | ,030 | ,134 | ,000 |
|       | N                   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  |
| Q18   | Pearson Correlation | ,054  | ,094 | -,015 | -,193 | ,012  | ,048  | -,145 | ,202 | -,030 | -,037 | ,067 | ,079  | -,029 | ,271 | ,132 | ,206 | ,217 | 1    | ,492 | ,344 |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,593  | ,353 | ,883  | ,055  | ,909  | ,637  | ,150  | ,044 | ,770  | ,714  | ,506 | ,437  | ,776  | ,006 | ,190 | ,039 | ,030 |      | ,000 | ,000 |
|       | N                   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  |
| Q19   | Pearson Correlation | -,056 | ,141 | ,071  | -,129 | -,007 | -,040 | -,004 | ,348 | ,005  | ,130  | ,250 | -,042 | ,039  | ,369 | ,275 | ,201 | ,151 | ,492 | 1    | ,467 |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,580  | ,162 | ,481  | ,201  | ,942  | ,693  | ,972  | ,000 | ,964  | ,196  | ,012 | ,679  | ,698  | ,000 | ,006 | ,045 | ,134 | ,000 |      | ,000 |
|       | N                   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  |
| TOTAL | Pearson Correlation | ,293  | ,256 | ,409  | ,351  | ,265  | ,162  | ,288  | ,494 | ,294  | ,474  | ,604 | ,444  | ,335  | ,699 | ,562 | ,491 | ,372 | ,344 | ,467 | 1    |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,003  | ,010 | ,000  | ,000  | ,008  | ,108  | ,004  | ,000 | ,003  | ,000  | ,000 | ,000  | ,001  | ,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  | 100  |

**LAMPIRAN 2 UJI VALIDITAS KINERJA**

|    |                     | Q1   | Q2    | Q3   | Q4   | Q5   | Q6   | Q7   | Q8    | Q9    | Q10   | Q11   | Q12   | Q13   | Q14  | Q15   | Q16   | Q17  | Q18   | Q19   | TOTAL |
|----|---------------------|------|-------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|------|-------|-------|-------|
| Q1 | Pearson Correlation | 1    | ,165  | ,342 | ,296 | ,423 | ,237 | ,205 | ,172  | ,024  | ,085  | ,063  | ,315  | ,416  | ,173 | ,011  | ,110  | ,388 | ,084  | -,080 | ,506  |
|    | Sig. (2-tailed)     |      | ,101  | ,000 | ,003 | ,000 | ,018 | ,040 | ,088  | ,812  | ,400  | ,530  | ,001  | ,000  | ,085 | ,914  | ,276  | ,000 | ,408  | ,427  | ,000  |
|    | N                   | 100  | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   |
| Q2 | Pearson Correlation | ,165 | 1     | ,115 | ,399 | ,192 | ,242 | ,202 | -,011 | ,148  | ,133  | -,203 | -,154 | ,249  | ,076 | -,122 | ,266  | ,108 | -,033 | -,185 | ,303  |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,101 |       | ,254 | ,000 | ,055 | ,015 | ,044 | ,910  | ,141  | ,186  | ,043  | ,127  | ,012  | ,450 | ,227  | ,007  | ,285 | ,742  | ,066  | ,002  |
|    | N                   | 100  | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   |
| Q3 | Pearson Correlation | ,342 | ,115  | 1    | ,345 | ,316 | ,270 | ,433 | ,314  | ,230  | ,134  | -,068 | ,246  | ,301  | ,183 | ,149  | ,187  | ,494 | ,080  | ,065  | ,597  |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,000 | ,254  |      | ,000 | ,001 | ,007 | ,000 | ,001  | ,022  | ,184  | ,499  | ,014  | ,002  | ,068 | ,140  | ,062  | ,000 | ,431  | ,519  | ,000  |
|    | N                   | 100  | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   |
| Q4 | Pearson Correlation | ,296 | ,399  | ,345 | 1    | ,210 | ,170 | ,389 | ,150  | ,125  | ,082  | -,034 | ,063  | ,218  | ,120 | -,022 | -,013 | ,314 | ,029  | -,231 | ,428  |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,003 | ,000  | ,000 |      | ,036 | ,090 | ,000 | ,136  | ,216  | ,416  | ,737  | ,534  | ,029  | ,236 | ,828  | ,895  | ,001 | ,774  | ,021  | ,000  |
|    | N                   | 100  | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   |
| Q5 | Pearson Correlation | ,423 | ,192  | ,316 | ,210 | 1    | ,011 | ,328 | ,189  | ,202  | ,145  | -,085 | ,337  | ,468  | ,001 | ,200  | ,284  | ,309 | -,104 | ,057  | ,479  |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,000 | ,055  | ,001 | ,036 |      | ,914 | ,001 | ,059  | ,044  | ,150  | ,402  | ,001  | ,000  | ,989 | ,047  | ,004  | ,002 | ,304  | ,574  | ,000  |
|    | N                   | 100  | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   |
| Q6 | Pearson Correlation | ,237 | ,242  | ,270 | ,170 | ,011 | 1    | ,053 | ,068  | -,023 | ,126  | -,051 | ,078  | -,010 | ,093 | -,120 | ,185  | ,063 | -,015 | ,007  | ,327  |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,018 | ,015  | ,007 | ,090 | ,914 |      | ,597 | ,499  | ,819  | ,210  | ,613  | ,441  | ,919  | ,357 | ,233  | ,065  | ,536 | ,886  | ,945  | ,001  |
|    | N                   | 100  | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   |
| Q7 | Pearson Correlation | ,205 | ,202  | ,433 | ,389 | ,328 | ,053 | 1    | ,358  | ,147  | ,201  | -,104 | ,238  | ,409  | ,088 | ,019  | ,061  | ,413 | -,021 | -,140 | ,481  |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,040 | ,044  | ,000 | ,000 | ,001 | ,597 |      | ,000  | ,143  | ,045  | ,303  | ,017  | ,000  | ,384 | ,850  | ,546  | ,000 | ,838  | ,165  | ,000  |
|    | N                   | 100  | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   |
| Q8 | Pearson Correlation | ,172 | -,011 | ,314 | ,150 | ,189 | ,068 | ,358 | 1     | ,134  | -,083 | ,010  | ,290  | ,250  | ,196 | ,095  | ,245  | ,280 | ,237  | ,198  | ,483  |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,088 | ,910  | ,001 | ,136 | ,059 | ,499 | ,000 |       | ,183  | ,410  | ,924  | ,003  | ,012  | ,051 | ,348  | ,014  | ,005 | ,018  | ,048  | ,000  |
|    | N                   | 100  | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   |

|     |                     |      |       |       |       |       |       |       |       |       |      |       |      |      |      |      |      |      |       |       |      |
|-----|---------------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|------|
| Q9  | Pearson Correlation | ,024 | ,148  | ,230  | ,125  | ,202  | -,023 | ,147  | ,134  | 1     | ,299 | -,049 | ,263 | ,205 | ,252 | ,274 | ,300 | ,269 | ,134  | ,172  | ,465 |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,812 | ,141  | ,022  | ,216  | ,044  | ,819  | ,143  | ,183  |       | ,003 | ,630  | ,008 | ,040 | ,011 | ,006 | ,002 | ,007 | ,183  | ,087  | ,000 |
|     | N                   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100  |
| Q10 | Pearson Correlation | ,085 | ,133  | ,134  | ,082  | ,145  | ,126  | ,201  | -,083 | ,299  | 1    | ,042  | ,255 | ,255 | ,130 | ,310 | ,312 | ,366 | -,219 | -,010 | ,402 |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,400 | ,186  | ,184  | ,416  | ,150  | ,210  | ,045  | ,410  | ,003  |      | ,682  | ,010 | ,010 | ,198 | ,002 | ,002 | ,000 | ,028  | ,923  | ,000 |
|     | N                   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100  |
| Q11 | Pearson Correlation | ,063 | -,203 | -,068 | -,034 | -,085 | -,051 | -,104 | ,010  | -,049 | ,042 | 1     | ,142 | ,050 | ,063 | ,257 | ,004 | ,096 | ,076  | ,070  | ,195 |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,530 | ,043  | ,499  | ,737  | ,402  | ,613  | ,303  | ,924  | ,630  | ,682 |       | ,158 | ,618 | ,532 | ,010 | ,966 | ,343 | ,454  | ,489  | ,052 |
|     | N                   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100  |
| Q12 | Pearson Correlation | ,315 | -,154 | ,246  | ,063  | ,337  | ,078  | ,238  | ,290  | ,263  | ,255 | ,142  | 1    | ,387 | ,207 | ,506 | ,286 | ,524 | ,194  | ,241  | ,637 |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,001 | ,127  | ,014  | ,534  | ,001  | ,441  | ,017  | ,003  | ,008  | ,010 | ,158  |      | ,000 | ,038 | ,000 | ,004 | ,000 | ,053  | ,016  | ,000 |
|     | N                   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100  |
| Q13 | Pearson Correlation | ,416 | ,249  | ,301  | ,218  | ,468  | -,010 | ,409  | ,250  | ,205  | ,255 | ,050  | ,387 | 1    | ,231 | ,207 | ,235 | ,479 | ,073  | ,031  | ,607 |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,000 | ,012  | ,002  | ,029  | ,000  | ,919  | ,000  | ,012  | ,040  | ,010 | ,618  | ,000 |      | ,021 | ,038 | ,019 | ,000 | ,472  | ,759  | ,000 |
|     | N                   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100  |
| Q14 | Pearson Correlation | ,173 | ,076  | ,183  | ,120  | ,001  | ,093  | ,088  | ,196  | ,252  | ,130 | ,063  | ,207 | ,231 | 1    | ,118 | ,006 | ,254 | ,275  | ,183  | ,437 |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,085 | ,450  | ,068  | ,236  | ,989  | ,357  | ,384  | ,051  | ,011  | ,198 | ,532  | ,038 | ,021 |      | ,242 | ,951 | ,011 | ,006  | ,069  | ,000 |
|     | N                   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100  |
| Q15 | Pearson Correlation | ,011 | -,122 | ,149  | -,022 | ,200  | -,120 | ,019  | ,095  | ,274  | ,310 | ,257  | ,506 | ,207 | ,118 | 1    | ,212 | ,344 | ,049  | ,114  | ,425 |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,914 | ,227  | ,140  | ,828  | ,047  | ,233  | ,850  | ,348  | ,006  | ,002 | ,010  | ,000 | ,038 | ,242 |      | ,034 | ,000 | ,627  | ,260  | ,000 |
|     | N                   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100  |
| Q16 | Pearson Correlation | ,110 | ,266  | ,187  | -,013 | ,284  | ,185  | ,061  | ,245  | ,300  | ,312 | ,004  | ,286 | ,235 | ,006 | ,212 | 1    | ,145 | -,030 | ,305  | ,472 |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,276 | ,007  | ,062  | ,895  | ,004  | ,065  | ,546  | ,014  | ,002  | ,002 | ,966  | ,004 | ,019 | ,951 | ,034 |      | ,149 | ,767  | ,002  | ,000 |
|     | N                   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100  |
| Q17 | Pearson Correlation | ,388 | ,108  | ,494  | ,314  | ,309  | ,063  | ,413  | ,280  | ,269  | ,366 | ,096  | ,524 | ,479 | ,254 | ,344 | ,145 | 1    | -,009 | ,064  | ,670 |

|       |                     |       |       |      |       |       |       |       |      |      |       |      |      |      |      |      |       |       |      |      |      |
|-------|---------------------|-------|-------|------|-------|-------|-------|-------|------|------|-------|------|------|------|------|------|-------|-------|------|------|------|
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000  | ,285  | ,000 | ,001  | ,002  | ,536  | ,000  | ,005 | ,007 | ,000  | ,343 | ,000 | ,000 | ,011 | ,000 | ,149  |       | ,926 | ,527 | ,000 |
|       | N                   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100  | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100  | 100  | 100  |
| Q18   | Pearson Correlation | ,084  | -,033 | ,080 | ,029  | -,104 | -,015 | -,021 | ,237 | ,134 | -,219 | ,076 | ,194 | ,073 | ,275 | ,049 | -,030 | -,009 | 1    | ,155 | ,286 |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,408  | ,742  | ,431 | ,774  | ,304  | ,886  | ,838  | ,018 | ,183 | ,028  | ,454 | ,053 | ,472 | ,006 | ,627 | ,767  | ,926  |      | ,125 | ,004 |
|       | N                   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100  | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100  | 100  | 100  |
| Q19   | Pearson Correlation | -,080 | -,185 | ,065 | -,231 | ,057  | ,007  | -,140 | ,198 | ,172 | -,010 | ,070 | ,241 | ,031 | ,183 | ,114 | ,305  | ,064  | ,155 | 1    | ,245 |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,427  | ,066  | ,519 | ,021  | ,574  | ,945  | ,165  | ,048 | ,087 | ,923  | ,489 | ,016 | ,759 | ,069 | ,260 | ,002  | ,527  | ,125 |      | ,014 |
|       | N                   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100  | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100  | 100  | 100  |
| TOTAL | Pearson Correlation | ,506  | ,303  | ,597 | ,428  | ,479  | ,327  | ,481  | ,483 | ,465 | ,402  | ,195 | ,637 | ,607 | ,437 | ,425 | ,472  | ,670  | ,286 | ,245 | 1    |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000  | ,002  | ,000 | ,000  | ,000  | ,001  | ,000  | ,000 | ,000 | ,000  | ,052 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000  | ,000  | ,004 | ,014 |      |
|       | N                   | 100   | 100   | 100  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  | 100  | 100   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100   | 100   | 100  | 100  | 100  |

## Lampiran 3 :

### Frekuensi Tabel

| JenisKelamin |           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid        | laki laki | 1         | 1,0     | 1,0           | 1,0                |
|              | LAKI LAKI | 54        | 54,0    | 54,0          | 55,0               |
|              | Perempuan | 45        | 45,0    | 45,0          | 100,0              |
|              | Total     | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

| Umur  |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 19    | 1         | 1,0     | 1,0           | 1,0                |
|       | 20    | 3         | 3,0     | 3,0           | 4,0                |
|       | 21    | 2         | 2,0     | 2,0           | 6,0                |
|       | 22    | 8         | 8,0     | 8,0           | 14,0               |
|       | 23    | 3         | 3,0     | 3,0           | 17,0               |
|       | 24    | 3         | 3,0     | 3,0           | 20,0               |
|       | 25    | 1         | 1,0     | 1,0           | 21,0               |
|       | 26    | 7         | 7,0     | 7,0           | 28,0               |
|       | 27    | 3         | 3,0     | 3,0           | 31,0               |
|       | 28    | 10        | 10,0    | 10,0          | 41,0               |
|       | 29    | 3         | 3,0     | 3,0           | 44,0               |
|       | 30    | 6         | 6,0     | 6,0           | 50,0               |
|       | 31    | 4         | 4,0     | 4,0           | 54,0               |
|       | 32    | 6         | 6,0     | 6,0           | 60,0               |
|       | 34    | 1         | 1,0     | 1,0           | 61,0               |
|       | 35    | 2         | 2,0     | 2,0           | 63,0               |
|       | 36    | 8         | 8,0     | 8,0           | 71,0               |
|       | 37    | 4         | 4,0     | 4,0           | 75,0               |
|       | 38    | 3         | 3,0     | 3,0           | 78,0               |
|       | 39    | 3         | 3,0     | 3,0           | 81,0               |
|       | 40    | 3         | 3,0     | 3,0           | 84,0               |
|       | 42    | 4         | 4,0     | 4,0           | 88,0               |
|       | 45    | 9         | 9,0     | 9,0           | 97,0               |
|       | 50    | 1         | 1,0     | 1,0           | 98,0               |
|       | 56    | 1         | 1,0     | 1,0           | 99,0               |
|       | 58    | 1         | 1,0     | 1,0           | 100,0              |
|       | Total | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

### Profesi

|       |                | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | dokter         | 10        | 10,0    | 10,0          | 10,0               |
|       | Mahasiswa      | 20        | 20,0    | 20,0          | 30,0               |
|       | pegawai bumh   | 13        | 13,0    | 13,0          | 43,0               |
|       | pegawai swasta | 21        | 21,0    | 21,0          | 64,0               |
|       | Pns            | 10        | 10,0    | 10,0          | 74,0               |
|       | Polri          | 2         | 2,0     | 2,0           | 76,0               |
|       | POLRI          | 1         | 1,0     | 1,0           | 77,0               |
|       | Tni            | 6         | 6,0     | 6,0           | 83,0               |
|       | TNI            | 4         | 4,0     | 4,0           | 87,0               |
|       | Wiraswasta     | 13        | 13,0    | 13,0          | 100,0              |
|       | Total          | 100       | 100,0   | 100,0         |                    |

## Reliability Kinerja

### Reliability Statistics

|                  |            |
|------------------|------------|
|                  |            |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,743             | 19         |

## Reliability Kepentingan

### Reliability Statistics

|                  |            |
|------------------|------------|
|                  |            |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,712             | 19         |

#### Lampiran 4 :

### KUESIONER PENELITIAN

Kepada:

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i

Di Tempat

Dengan Hormat,

Saya yang bertandatangan dibawah ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia

Nama : Setya Dedi Kurniawan

NIM : 13311551

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Dalam rangka mencari data guna menyusun skripsi dengan judul “**Analisis Kualitas Layanan Pada Dealer Toyota Nasmoco di Bantul Yogyakarta**”, maka saya memohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan dibawah ini dengan keadaan yang sebenarnya.

Tidak ada maksud apa-apa di balik pengisian angket ini, kecuali untuk keperluan ilmiah yaitu untuk menyusun skripsi dan tidak disajikan ke pihak luar, serta kerahasiaan dalam mengisi angket ini terjamin sepenuhnya. Oleh karena itu, jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan jawaban dengan jujur dan terbuka untuk dapat membantu kami.

Atas Partisipasi dan Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi angket tersebut saya mengucapkan banyak terimakasih.

Peneliti

(Setya Dedi Kurniawan)

### **Data Pribadi Anda**

1. Nama : ..... (Boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin : laki-laki ☐ perempuan ☐
3. Umur : ..... tahun
4. Profesi : .....

### **Petunjuk Pengisian Kuesioner**

1. Dibawah ini adalah pernyataan dari harapan yang diberikan dealer toyota nasmoco bantu yogyakarta kepada customer. pilihlah salahsatu jawaban yang paling sesuai menurutpendapatan anda denganmemberikantanda check ( √ ) padajawaban yang tersedia.

Keterangan :

**STP** : Sangat Tidak Penting

**TP** : Tidak Penting

**N** : Netral

**P** : Penting

**SP** : Sangat Penting

| No | Pertanyaan                                                             | Harapan yang diberikan |    |   |   |    |
|----|------------------------------------------------------------------------|------------------------|----|---|---|----|
|    |                                                                        | STP                    | TP | N | P | SP |
|    | <b>Tangible (bukti Fisik)</b>                                          |                        |    |   |   |    |
| 1  | Dealer Toyota memiliki peralatan yang berpenampilan modern             |                        |    |   |   |    |
| 2  | Dealer Toyota Nasmoco menyediakan bacaan bacaan yang bervariasi        |                        |    |   |   |    |
| 3  | Layout/tata letak di showroom terlihat bersih dan menarik              |                        |    |   |   |    |
| 4  | Dealer Toyota memiliki ruang parkir yang luas                          |                        |    |   |   |    |
|    | <b>Reliability (keandalan)</b>                                         |                        |    |   |   |    |
| 1  | Pengerjaan/ servis berjalan tepat waktu                                |                        |    |   |   |    |
| 2  | Prosedur yang mudah dan tidak berbelit belit                           |                        |    |   |   |    |
| 3  | Ketepatan waktu buka jam pelayanan                                     |                        |    |   |   |    |
| 4  | Kesiapan karyawan dalam melayani konsumen                              |                        |    |   |   |    |
|    | <b>Responsiveness (daya tanggap)</b>                                   |                        |    |   |   |    |
| 1  | Kejelasan tentang informasi yang diberikan                             |                        |    |   |   |    |
| 2  | Karyawan toyota bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen     |                        |    |   |   |    |
| 3  | Karyawan melayani anda dengan cepat                                    |                        |    |   |   |    |
| 4  | Karyawan bersedia membantu anda jika mengalami kesulitan               |                        |    |   |   |    |
|    | <b>Assurance (Jaminan)</b>                                             |                        |    |   |   |    |
| 1  | Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani                        |                        |    |   |   |    |
| 2  | Keamanan dan keaslian suku cadang asli                                 |                        |    |   |   |    |
| 3  | Konsumen percaya mobil yang bermasalah bisa diatasi dengan baik        |                        |    |   |   |    |
| 4  | Karyawan toyota bantu memiliki pemahaman akan kebutuhan konsumen (SOP) |                        |    |   |   |    |

|   |                                                 |  |  |  |  |  |
|---|-------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
|   |                                                 |  |  |  |  |  |
|   | <b>Emphaty (empati)</b>                         |  |  |  |  |  |
| 1 | Karyawan selalu bersemangat dalam bekerja       |  |  |  |  |  |
| 2 | Karyawan menjaga hubungan baik dengan pelanggan |  |  |  |  |  |
| 3 | Karyawan melayani dengan harmonis dan ramah     |  |  |  |  |  |

### **Petunjuk Pengisian kuesioner**

2. Dibawah ini adalah pernyataan dari pelayanan yang diberikan oleh dealer toyota nasmoco bantul yogyakarta menurut customer. Pilihlah salahsatu jawaban yang paling sesuai menurut pendapat anda dengan memberikan tanda check ( √ ) pada jawaban yang tersedia.

Keterangan :

**STS** : Sangat Tidak Setuju

**TS** : Tidak Setuju

**N** : Netral

**S** : Setuju

**SS** : Sangat Setuju

| No | Pertanyaan                                                                    | Tingkat pelayanan/ kenyataan yang dirasakan (percevied) |    |   |   |    |
|----|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|----|---|---|----|
|    |                                                                               | STS                                                     | TS | N | S | SS |
|    | <b>Tangible (bukti fisik)</b>                                                 |                                                         |    |   |   |    |
| 1  | Dealer Toyota sudah memiliki peralatan yang berpenampilan modern              |                                                         |    |   |   |    |
| 2  | Dealer Toyota Nasmoco sudah menyediakan bacaan bacaan yang bervariasi         |                                                         |    |   |   |    |
| 3  | Layout/tata letak di showroom sudah terlihat bersih dan menarik               |                                                         |    |   |   |    |
| 4  | Dealer Toyota sudah memiliki ruang parkir yang luas                           |                                                         |    |   |   |    |
|    | <b>Reliability (Keandalan)</b>                                                |                                                         |    |   |   |    |
| 1  | Pengerjaan/ servis sudah berjalan tepat waktu                                 |                                                         |    |   |   |    |
| 2  | Apakah Prosedurnya sudah dalam arti mudah dan tidak berbelit belit            |                                                         |    |   |   |    |
| 3  | Ketepatan waktu buka jam pelayanan                                            |                                                         |    |   |   |    |
| 4  | Kesiapaan karyawan dalam melayani konsumen                                    |                                                         |    |   |   |    |
|    | <b>Responsiveness (daya tanggap)</b>                                          |                                                         |    |   |   |    |
| 1  | Kejelasan tentang informasi yang sudah diberikan                              |                                                         |    |   |   |    |
| 2  | Karyawan toyota telah bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen      |                                                         |    |   |   |    |
| 3  | Karyawan sudah melayani anda dengan cepat                                     |                                                         |    |   |   |    |
| 4  | Karyawan telah bersedia membantu anda jika mengalami kesulitan                |                                                         |    |   |   |    |
|    | <b>Assurance ( Jaminan )</b>                                                  |                                                         |    |   |   |    |
| 1  | Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani anda                          |                                                         |    |   |   |    |
| 2  | Keamanan dan keaslian suku cadang asli                                        |                                                         |    |   |   |    |
| 3  | Konsumen percaya mobil yang bermasalah bisa diatasi                           |                                                         |    |   |   |    |
| 4  | Karyawan toyota bantul sudah memiliki pemahaman akan kebutuhan konsumen (SOP) |                                                         |    |   |   |    |
|    | <b>Emphaty (empati)</b>                                                       |                                                         |    |   |   |    |
| 1  | Menurut anda, Karyawan selalu bersemangat dalam bekerja                       |                                                         |    |   |   |    |
| 2  | Karyawan menjaga hubungan baik dengan anda                                    |                                                         |    |   |   |    |
| 3  | Menurut anda, Karyawan melayani dengan harmonis dan ramah                     |                                                         |    |   |   |    |

| LAMPIRAN 5 REKAPITULASI DATA 100 RESPONDEN (TINGKAT KINERJA) |      |                |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |       |
|--------------------------------------------------------------|------|----------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| Jenis Kelamin                                                | Umur | Profesi        | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q5 | Q6 | Q7 | Q8 | Q9 | Q10 | Q11 | Q12 | Q13 | Q14 | Q15 | Q16 | Q17 | Q18 | Q19 | TOTAL |
| Perempuan                                                    | 22   | Mahasiswa      | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 62    |
| Perempuan                                                    | 24   | Mahasiswa      | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 60    |
| Laki-laki                                                    | 26   | Wiraswasta     | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 3   | 66    |
| Laki-laki                                                    | 31   | pegawai swasta | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 65    |
| Perempuan                                                    | 42   | pegawai swasta | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3   | 4   | 4   | 3   | 2   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 62    |
| Laki-laki                                                    | 45   | Wiraswasta     | 3  | 2  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 64    |
| Laki-laki                                                    | 45   | TNI            | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 4   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 56    |
| Laki-laki                                                    | 36   | TNI            | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 2  | 3  | 4   | 2   | 3   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 55    |
| Perempuan                                                    | 24   | pegawai swasta | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 69    |
| Laki-laki                                                    | 20   | Mahasiswa      | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 2   | 3   | 55    |
| Laki-laki                                                    | 26   | Wiraswasta     | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 2   | 3   | 64    |
| Laki-laki                                                    | 31   | pegawai swasta | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 65    |
| Laki-laki                                                    | 32   | TNI            | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 2   | 3   | 63    |
| Laki-laki                                                    | 28   | TNI            | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 60    |
| Perempuan                                                    | 22   | Mahasiswa      | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 3   | 66    |
| Laki-laki                                                    | 27   | pegawai bumh   | 3  | 2  | 4  | 5  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 66    |
| Laki-laki                                                    | 26   | Wiraswasta     | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 2   | 2   | 58    |
| Laki-laki                                                    | 28   | POLRI          | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3   | 2   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 61    |
| Laki-laki                                                    | 39   | pegawai bumh   | 4  | 3  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 75    |
| Laki-laki                                                    | 22   | Mahasiswa      | 4  | 4  | 2  | 2  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 63    |
| Perempuan                                                    | 21   | Mahasiswa      | 3  | 3  | 2  | 2  | 4  | 4  | 2  | 3  | 3  | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 62    |
| Perempuan                                                    | 28   | pegawai swasta | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 58    |
| Laki-laki                                                    | 28   | pegawai swasta | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 2   | 1   | 3   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 1   | 49    |
| Laki-laki                                                    | 36   | pegawai bumh   | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 65    |
| Laki-laki                                                    | 30   | tni            | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 59    |
| Laki-laki                                                    | 29   | pegawai bumh   | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 2   | 59    |
| Laki-laki                                                    | 39   | pegawai bumh   | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 64    |
| Perempuan                                                    | 19   | Mahasiswa      | 3  | 4  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 61    |
| Perempuan                                                    | 42   | dokter         | 4  | 4  | 2  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 2   | 2   | 3   | 4   | 4   | 62    |
| Laki-laki                                                    | 45   | dokter         | 5  | 5  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 2   | 66    |
| Laki-laki                                                    | 40   | dokter         | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 66    |
| Laki-laki                                                    | 32   | dokter         | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 68    |
| Perempuan                                                    | 45   | dokter         | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 63    |
| Laki-laki                                                    | 20   | Mahasiswa      | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 69    |
| Laki-laki                                                    | 58   | polri          | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 66    |
| Laki-laki                                                    | 56   | pns            | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 4  | 4  | 4  | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 65    |
| Laki-laki                                                    | 36   | dokter         | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 2   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 65    |
| Laki-laki                                                    | 28   | dokter         | 3  | 4  | 5  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 67    |
| Perempuan                                                    | 42   | pegawai swasta | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 66    |
| Laki-laki                                                    | 45   | Wiraswasta     | 3  | 4  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2   | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 3   | 2   | 3   | 3   | 56    |

|           |    |                |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|-----------|----|----------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| Laki-laki | 45 | tni            | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 62 |
| Laki-laki | 36 | tni            | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 55 |
| Perempuan | 22 | Mahasiswa      | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 61 |
| Laki-laki | 23 | Mahasiswa      | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 60 |
| Perempuan | 38 | pegawai swasta | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 68 |
| Perempuan | 36 | pns            | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 57 |
| Perempuan | 45 | pns            | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 64 |
| Laki-laki | 37 | Wiraswasta     | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 67 |
| Perempuan | 27 | pns            | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 66 |
| Laki-laki | 25 | pegawai bumh   | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 65 |
| Perempuan | 23 | Mahasiswa      | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 62 |
| Laki-laki | 28 | tni            | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 66 |
| Laki-laki | 35 | pns            | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 65 |
| Laki-laki | 50 | pns            | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 57 |
| Laki-laki | 22 | Mahasiswa      | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 63 |
| Perempuan | 21 | Mahasiswa      | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 62 |
| Laki-laki | 39 | pegawai bumh   | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 75 |
| Laki-laki | 28 | polri          | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 61 |
| Laki-laki | 26 | Wiraswasta     | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 58 |
| Laki-laki | 27 | pegawai bumh   | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 66 |
| Perempuan | 22 | Mahasiswa      | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 66 |
| Laki-laki | 28 | tni            | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 60 |
| Laki-laki | 32 | tni            | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 63 |
| Perempuan | 31 | pegawai swasta | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 65 |
| Perempuan | 37 | pegawai bumh   | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 65 |
| Perempuan | 30 | pegawai swasta | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 65 |
| Perempuan | 32 | pegawai bumh   | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 63 |
| Perempuan | 37 | Wiraswasta     | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 66 |
| Perempuan | 36 | pegawai bumh   | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 68 |
| Laki-laki | 40 | Wiraswasta     | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 65 |
| Perempuan | 30 | pegawai swasta | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 66 |
| Perempuan | 26 | Wiraswasta     | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 64 |
| Perempuan | 20 | Mahasiswa      | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 55 |
| Perempuan | 29 | pns            | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 70 |
| Laki-laki | 30 | pns            | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 67 |
| Laki-laki | 32 | pns            | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 67 |
| Perempuan | 36 | pns            | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 65 |
| Perempuan | 29 | pegawai swasta | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 66 |
| Laki-laki | 26 | Wiraswasta     | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 66 |
| Perempuan | 28 | pegawai swasta | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 58 |
| Laki-laki | 28 | pegawai swasta | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 49 |
| Perempuan | 36 | pegawai bumh   | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 68 |

|           |    |                |      |      |      |        |      |      |      |        |      |     |      |        |      |      |      |       |      |      |        |    |
|-----------|----|----------------|------|------|------|--------|------|------|------|--------|------|-----|------|--------|------|------|------|-------|------|------|--------|----|
| Laki-laki | 40 | Wiraswasta     | 3    | 4    | 3    | 4      | 3    | 3    | 4    | 3      | 3    | 3   | 4    | 4      | 3    | 3    | 4    | 4     | 3    | 3    | 4      | 65 |
| Perempuan | 30 | pegawai swasta | 3    | 4    | 3    | 4      | 3    | 3    | 4    | 3      | 3    | 4   | 3    | 4      | 3    | 4    | 3    | 4     | 3    | 4    | 4      | 66 |
| Perempuan | 22 | Mahasiswa      | 3    | 4    | 3    | 4      | 3    | 3    | 3    | 3      | 3    | 2   | 3    | 3      | 3    | 4    | 3    | 3     | 3    | 4    | 4      | 61 |
| Laki-laki | 23 | Mahasiswa      | 2    | 3    | 3    | 3      | 3    | 4    | 3    | 4      | 3    | 2   | 3    | 3      | 3    | 3    | 4    | 3     | 3    | 4    | 4      | 60 |
| Perempuan | 38 | pegawai swasta | 3    | 4    | 3    | 4      | 3    | 4    | 4    | 3      | 3    | 4   | 4    | 3      | 3    | 4    | 4    | 3     | 4    | 4    | 4      | 68 |
| Laki-laki | 32 | dokter         | 3    | 3    | 4    | 4      | 3    | 4    | 4    | 3      | 3    | 4   | 3    | 4      | 4    | 4    | 3    | 3     | 4    | 4    | 4      | 68 |
| Perempuan | 45 | dokter         | 3    | 4    | 3    | 3      | 3    | 4    | 4    | 3      | 4    | 3   | 3    | 3      | 3    | 3    | 3    | 3     | 3    | 4    | 4      | 63 |
| Perempuan | 22 | Mahasiswa      | 3    | 4    | 3    | 4      | 3    | 3    | 3    | 4      | 3    | 2   | 3    | 3      | 3    | 4    | 3    | 3     | 3    | 4    | 4      | 62 |
| Perempuan | 24 | Mahasiswa      | 2    | 3    | 3    | 3      | 3    | 4    | 3    | 4      | 3    | 2   | 3    | 3      | 3    | 3    | 4    | 3     | 3    | 4    | 4      | 60 |
| Laki-laki | 26 | Wiraswasta     | 3    | 4    | 3    | 4      | 3    | 4    | 4    | 3      | 3    | 4   | 4    | 3      | 3    | 4    | 4    | 3     | 3    | 4    | 3      | 66 |
| Laki-laki | 31 | pegawai swasta | 3    | 4    | 3    | 3      | 3    | 4    | 3    | 4      | 3    | 4   | 3    | 3      | 3    | 4    | 3    | 4     | 3    | 4    | 4      | 65 |
| Perempuan | 42 | pegawai swasta | 3    | 2    | 3    | 3      | 3    | 3    | 4    | 4      | 3    | 3   | 4    | 4      | 3    | 2    | 3    | 4     | 3    | 4    | 4      | 62 |
| Perempuan | 34 | Mahasiswa      | 3    | 3    | 2    | 2      | 4    | 4    | 2    | 3      | 3    | 4   | 4    | 3      | 3    | 4    | 4    | 3     | 3    | 4    | 4      | 62 |
| Perempuan | 30 | pegawai swasta | 3    | 4    | 3    | 4      | 3    | 4    | 4    | 3      | 3    | 3   | 2    | 2      | 3    | 3    | 2    | 2     | 3    | 3    | 4      | 58 |
| Laki-laki | 37 | pegawai swasta | 3    | 2    | 3    | 3      | 3    | 4    | 3    | 2      | 3    | 2   | 1    | 3      | 3    | 2    | 2    | 3     | 3    | 3    | 1      | 49 |
| Perempuan | 45 | dokter         | 3    | 4    | 2    | 4      | 3    | 4    | 3    | 4      | 3    | 3   | 4    | 4      | 3    | 4    | 4    | 3     | 4    | 4    | 3      | 66 |
| Perempuan | 35 | pegawai swasta | 4    | 3    | 3    | 4      | 3    | 4    | 3    | 3      | 3    | 3   | 2    | 3      | 4    | 4    | 4    | 3     | 3    | 2    | 3      | 61 |
| Perempuan | 38 | pegawai bumh   | 4    | 3    | 2    | 3      | 3    | 2    | 3    | 4      | 3    | 3   | 4    | 4      | 3    | 2    | 3    | 3     | 3    | 4    | 3      | 59 |
|           |    | total          | 312  | 355  | 305  | 355    | 309  | 348  | 352  | 330    | 305  | 340 | 324  | 336    | 307  | 338  | 338  | 327   | 308  | 352  | 358    |    |
|           |    | rata rata      | 3,12 | 3,55 | 3,05 | 3,55   | 3,09 | 3,48 | 3,52 | 3,3    | 3,05 | 3,4 | 3,24 | 3,36   | 3,07 | 3,38 | 3,38 | 3,27  | 3,08 | 3,52 | 3,58   |    |
|           |    |                |      |      |      |        |      |      |      |        |      |     |      |        |      |      |      |       |      |      |        |    |
|           |    |                |      |      |      | 1327   |      |      |      | 1339   |      |     |      | 1305   |      |      |      | 1310  |      |      | 1018   |    |
|           |    |                |      |      |      | 3,3175 |      |      |      | 3,3475 |      |     |      | 3,2625 |      |      |      | 3,275 |      |      | 3,3933 |    |

## LAMPIRAN 6 REKAPITULASI DATA 100 RESPONDEN (TINGKAT KEPENTINGAN)

| Jenis Kelamin | Umur | Profesi        | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q5 | Q6 | Q7 | Q8 | Q9 | Q10 | Q11 | Q12 | Q13 | Q14 | Q15 | Q16 | Q17 | Q18 | Q19 | TOTAL |
|---------------|------|----------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| Perempuan     | 22   | Mahasiswa      | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 4  | 3  | 2   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 60    |
| Perempuan     | 24   | Mahasiswa      | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 4  | 3  | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 57    |
| Laki-laki     | 26   | Wiraswasta     | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 2  | 4  | 3  | 3  | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 2   | 3   | 62    |
| Laki-laki     | 31   | pegawai swasta | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 2   | 4   | 61    |
| Perempuan     | 42   | pegawai swasta | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 4  | 4  | 3  | 3   | 4   | 4   | 3   | 2   | 3   | 4   | 3   | 2   | 4   | 59    |
| Laki-laki     | 45   | Wiraswasta     | 3  | 2  | 3  | 3  | 4  | 2  | 4  | 3  | 3  | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 1   | 4   | 60    |
| Laki-laki     | 45   | TNI            | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 4   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 1   | 3   | 54    |
| Laki-laki     | 36   | TNI            | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 2  | 3  | 4   | 2   | 3   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 55    |
| Perempuan     | 24   | pegawai swasta | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 66    |
| Laki-laki     | 20   | Mahasiswa      | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 64    |
| Laki-laki     | 26   | Wiraswasta     | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 2   | 3   | 71    |
| Laki-laki     | 31   | pegawai swasta | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 65    |
| Laki-laki     | 32   | TNI            | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 3   | 76    |
| Laki-laki     | 28   | TNI            | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3   | 2   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 66    |
| Perempuan     | 22   | Mahasiswa      | 4  | 5  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 3   | 73    |
| Laki-laki     | 27   | pegawai bumh   | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 3  | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 75    |
| Laki-laki     | 26   | Wiraswasta     | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 66    |
| Laki-laki     | 28   | POLRI          | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 2   | 5   | 78    |
| Laki-laki     | 39   | pegawai bumh   | 4  | 2  | 5  | 2  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 74    |
| Laki-laki     | 22   | Mahasiswa      | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 2  | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 65    |
| Perempuan     | 21   | Mahasiswa      | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 70    |
| Perempuan     | 28   | pegawai swasta | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 67    |
| Laki-laki     | 28   | pegawai swasta | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 68    |
| Laki-laki     | 36   | pegawai bumh   | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 80    |
| Laki-laki     | 30   | tni            | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4   | 2   | 5   | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 5   | 76    |
| Laki-laki     | 29   | pegawai bumh   | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 3   | 2   | 4   | 74    |
| Laki-laki     | 39   | pegawai bumh   | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 68    |
| Perempuan     | 19   | Mahasiswa      | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 2  | 5  | 5  | 4  | 4   | 2   | 5   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 73    |
| Perempuan     | 42   | dokter         | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 3  | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 3   | 78    |
| Laki-laki     | 45   | dokter         | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 2  | 5  | 4  | 4  | 4   | 3   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 3   | 74    |
| Laki-laki     | 40   | dokter         | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 70    |
| Laki-laki     | 32   | dokter         | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 73    |
| Perempuan     | 45   | dokter         | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 2  | 4  | 4  | 3  | 3   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 5   | 73    |
| Laki-laki     | 20   | Mahasiswa      | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4   | 2   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 68    |
| Laki-laki     | 58   | polri          | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4   | 2   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 68    |
| Laki-laki     | 56   | pns            | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 70    |
| Laki-laki     | 36   | dokter         | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 73    |
| Laki-laki     | 28   | dokter         | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 5   | 72    |
| perempuan     | 42   | pegawai swasta | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4   | 2   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 66    |

|           |    |                |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|-----------|----|----------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| Laki-laki | 45 | Wiraswasta     | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 68 |
| Laki-laki | 45 | tni            | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 69 |
| Laki-laki | 36 | tni            | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 69 |
| perempuan | 22 | Mahasiswa      | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 66 |
| Laki-laki | 23 | Mahasiswa      | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 64 |
| Perempuan | 38 | pegawai swasta | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 68 |
| Perempuan | 36 | pns            | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 62 |
| Perempuan | 45 | pns            | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 66 |
| Laki-laki | 37 | Wiraswasta     | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 64 |
| Perempuan | 27 | pns            | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 62 |
| Laki-laki | 25 | pegawai bumh   | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 61 |
| Perempuan | 23 | Mahasiswa      | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 61 |
| Laki-laki | 28 | tni            | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 69 |
| Laki-laki | 35 | pns            | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 69 |
| Laki-laki | 50 | pns            | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 4 | 70 |
| Laki-laki | 22 | Mahasiswa      | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 65 |
| Perempuan | 21 | Mahasiswa      | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 70 |
| Laki-laki | 39 | pegawai bumh   | 4 | 2 | 5 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 74 |
| Laki-laki | 28 | polri          | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 1 | 5 | 75 |
| Laki-laki | 26 | Wiraswasta     | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 67 |
| Laki-laki | 27 | pegawai bumh   | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 73 |
| Laki-laki | 22 | Mahasiswa      | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 73 |
| Laki-laki | 28 | tni            | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 68 |
| Laki-laki | 32 | tni            | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 77 |
| Perempuan | 31 | pegawai swasta | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 65 |
| Perempuan | 37 | pegawai bumh   | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 66 |
| Perempuan | 30 | pegawai swasta | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 68 |
| Perempuan | 32 | pegawai bumh   | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 74 |
| Perempuan | 37 | Wiraswasta     | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 68 |
| Perempuan | 36 | pegawai bumh   | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 69 |
| Laki-laki | 40 | Wiraswasta     | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 66 |
| Perempuan | 30 | pegawai swasta | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 69 |
| Perempuan | 26 | Wiraswasta     | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 73 |
| Perempuan | 20 | Mahasiswa      | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 62 |
| Perempuan | 29 | pns            | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 68 |
| Laki-laki | 30 | pns            | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 71 |
| Laki-laki | 32 | pns            | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 69 |
| Perempuan | 36 | pns            | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 62 |
| Perempuan | 29 | pegawai swasta | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 66 |
| Laki-laki | 26 | Wiraswasta     | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 59 |
| Perempuan | 28 | pegawai swasta | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 67 |
| Laki-laki | 28 | pegawai swasta | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 68 |

|           |    |                |      |      |      |      |      |      |      |      |     |      |      |      |      |      |     |     |      |      |     |    |
|-----------|----|----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|------|------|------|------|------|-----|-----|------|------|-----|----|
| Perempuan | 36 | pegawai bumh   | 4    | 3    | 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 3   | 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 3   | 3   | 4    | 3    | 4   | 69 |
| Laki-laki | 40 | Wiraswasta     | 4    | 4    | 3    | 3    | 3    | 4    | 3    | 3    | 3   | 3    | 2    | 4    | 3    | 4    | 3   | 4   | 3    | 4    | 4   | 64 |
| Perempuan | 30 | pegawai swasta | 3    | 4    | 3    | 4    | 3    | 4    | 3    | 4    | 4   | 4    | 3    | 4    | 3    | 4    | 4   | 4   | 3    | 4    | 4   | 69 |
| perempuan | 22 | Mahasiswa      | 3    | 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4   | 4    | 4    | 4    | 3    | 3    | 4   | 4   | 3    | 4    | 4   | 72 |
| Laki-laki | 23 | Mahasiswa      | 3    | 4    | 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 3    | 3   | 4    | 3    | 4    | 3    | 4    | 4   | 3   | 4    | 3    | 3   | 67 |
| Perempuan | 38 | pegawai swasta | 3    | 4    | 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 4   | 3    | 2    | 3    | 3    | 4    | 4   | 4   | 3    | 4    | 4   | 68 |
| Laki-laki | 32 | dokter         | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 3    | 4    | 4    | 4   | 4    | 3    | 3    | 3    | 4    | 3   | 4   | 4    | 4    | 4   | 73 |
| Perempuan | 45 | dokter         | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 3    | 4    | 4    | 3   | 3    | 2    | 4    | 4    | 3    | 3   | 4   | 4    | 4    | 5   | 72 |
| Perempuan | 22 | Mahasiswa      | 3    | 4    | 3    | 4    | 3    | 3    | 3    | 4    | 3   | 2    | 3    | 3    | 3    | 4    | 3   | 3   | 3    | 4    | 4   | 62 |
| Perempuan | 24 | Mahasiswa      | 2    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 4    | 3   | 2    | 3    | 3    | 3    | 3    | 4   | 3   | 3    | 4    | 4   | 59 |
| Laki-laki | 26 | Wiraswasta     | 3    | 4    | 3    | 4    | 3    | 2    | 4    | 3    | 3   | 4    | 4    | 3    | 3    | 4    | 4   | 3   | 3    | 4    | 3   | 64 |
| Laki-laki | 31 | pegawai swasta | 3    | 4    | 3    | 3    | 3    | 2    | 3    | 4    | 3   | 4    | 3    | 3    | 3    | 4    | 3   | 4   | 3    | 1    | 4   | 60 |
| Perempuan | 42 | pegawai swasta | 3    | 2    | 3    | 3    | 3    | 2    | 4    | 4    | 3   | 3    | 4    | 4    | 3    | 2    | 3   | 4   | 3    | 4    | 4   | 61 |
| Perempuan | 34 | Mahasiswa      | 4    | 3    | 3    | 4    | 4    | 4    | 3    | 3    | 3   | 4    | 4    | 4    | 3    | 3    | 4   | 4   | 4    | 2    | 4   | 67 |
| Perempuan | 30 | pegawai swasta | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 3    | 3   | 4    | 3    | 4    | 4    | 3    | 4   | 4   | 4    | 2    | 3   | 71 |
| Laki-laki | 37 | pegawai swasta | 3    | 4    | 4    | 3    | 3    | 4    | 3    | 3    | 3   | 4    | 2    | 3    | 3    | 3    | 4   | 4   | 3    | 2    | 4   | 62 |
| Perempuan | 45 | dokter         | 3    | 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 5    | 4    | 3   | 4    | 2    | 3    | 4    | 4    | 3   | 5   | 3    | 3    | 4   | 69 |
| Perempuan | 35 | pegawai swasta | 3    | 3    | 4    | 4    | 3    | 2    | 3    | 3    | 4   | 3    | 4    | 3    | 3    | 3    | 4   | 4   | 3    | 2    | 3   | 61 |
| Perempuan | 38 | pegawai bumh   | 3    | 3    | 3    | 4    | 3    | 2    | 3    | 3    | 3   | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4   | 3   | 3    | 4    | 5   | 66 |
|           |    | total          | 351  | 378  | 368  | 385  | 339  | 327  | 367  | 375  | 330 | 363  | 314  | 372  | 335  | 364  | 360 | 370 | 341  | 345  | 380 |    |
|           |    | rata rata      | 3,51 | 3,78 | 3,68 | 3,85 | 3,39 | 3,27 | 3,67 | 3,75 | 3,3 | 3,63 | 3,14 | 3,72 | 3,35 | 3,64 | 3,6 | 3,7 | 3,41 | 3,45 | 3,8 |    |

1482  
3,705

1408  
3,52

1379  
3,4475

1429  
3,5725

1066  
3,553

## SURAT KETERANGAN

Bersama ini kami menerangkan bahwa :

**SETYA DEDI KURNIAWAN**

**MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA**

NIM : 13311551  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN  
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN  
PELANGGAN DI NASMOCO BANTUL

Pernah menempuh Magang di **PT. Nasmoco Bahana Motor** yang beralamat Jl. Ringroad Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, D.I.Yogyakarta sejak **01 April 2017** Sampai dengan **21 Juni 2017** dengan baik.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 21 Juni 2017

**PT. NASMOCO BAHANA MOTOR**  
BANTUL  
YOGYAKARTA - INDONESIA

Kustriandani

Administrasi Dept. Head