

BAB IV
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan jumlah responden sebanyak 100 orang. Para responden tersebut kemudian dikelompokkan dalam beberapa kategori yang akan dijadikan sebagai variabel demografi. Identifikasikan karakteristik dari responden dalam penelitian ini sebagai berikut :

4.1.1. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelaminnya, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.1

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1.	Laki-laki	29	29 %
2.	Perempuan	71	71 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, 2006.

Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah laki-laki yaitu sebanyak 29 orang (29 %) dan sisanya sebanyak 71 orang (71 %) adalah perempuan.

4.1.2. Usia Responden

Berdasarkan usia, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.2

Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1.	Usia dibawah 20 tahun	1	1 %
2.	Usia 20 s/d 30 tahun	45	45 %
3.	Usia 31 s/d 40 tahun	41	41 %
4.	Usia 41 s/d 50 tahun	12	12 %
5.	Diatas 51 tahun	1	1 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, 2006.

Tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa responden yang berusia dibawah 20 tahun yaitu sebesar 1 orang (1%), yang berusia antara 20 – 30 tahun sebanyak 45 orang (45 %), 11 orang responden berusia 31 – 40 tahun sebanyak 41 orang (41%), responden yang berusia 41-50 tahun sebanyak 12 orang (12%) dan diatas 51 tahun sebanyak 1 orang (1%). Dari keterangan tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar nasabah Perum Pegadaian Cabang Blabak berusia antara 20 – 30 tahun.

4.1.3. Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan pendidikan, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.3

Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1.	Tidak Lulus SD	0	0 %
2.	Lulus SD	0	0 %
3.	Lulus SMP	9	9 %
4.	Lulus SMA	57	57 %
5.	Akademi	21	21%
6.	Sarjana	13	13%
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, 2006.

Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berpendidikan SMA yaitu sebanyak 57 orang (57 %), Tidak ada yang berpendidikan SD (0%), responden yang berpendidikan SMP sebanyak 9 orang (9%), responden yang berpendidikan Akademi sebanyak 21 orang (21%) sedangkan sisanya sebanyak 13 orang (13%) responden berpendidikan Sarjana.

4.1.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.4

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1.	PNS	6	6 %
2.	Karyawan	38	38 %
3.	Wiraswasta	21	21 %
4.	Pelajar/Mahasiswa	6	6 %
5.	Pengajar	0	0%
6.	TNI/ABRI	3	3%
7.	Lain-lain	26	26%
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, 2006.

Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini Karyawan yaitu sebanyak 38 orang (38 %). Kemudian responden yang bekerja sebagai Wiraswasta sebanyak 21 orang (21 %), responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 6 orang (6%), responden yang berstatus pelajar/mahasiswa sebanyak 6 orang (6%), dan yang bekerja sebagai TNI/ABRI sebanyak 3 orang (3 %). Sedangkan sisanya sebanyak 26 orang (26%) adalah lain-lain.

4.1.5. Responden Berdasarkan Penghasilan

Berdasarkan penghasilan, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.5

Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan

No.	Pendapatan (Rp)	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1.	< Rp.1.000.000	73	73 %
2.	Rp.1.000.000 – Rp1.500.000	20	20 %
3.	Rp.1.500.000 – Rp.2.000.000	7	7%
4.	>Rp. 2.000.000	0	0 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, 2006.

Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki penghasilan kurang dari Rp.1000.000 yaitu sebanyak 73 orang (73%). Kemudian responden yang mempunyai tingkat pendapatan per bulan lebih dari Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000 sebanyak 20 orang (20 %) dan yang memiliki pendapatan lebih dari Rp. 1.500.000 – Rp. 2.000.000 sebanyak 7 orang (7 %).

4.2. Analisis Data

Dalam pembahasan hasil penelitian ini akan dilakukan analisis dan pembahasan dari setiap variabel atau atribut yang terdiri dari *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Yang selanjutnya akan dilakukan *Importance Performance Analysis* untuk mengetahui variabel tingkat harapan (*X*) terhadap variabel tingkat kinerja (*Y*) dari Perum Pegadaian Cabang Blabak.

4.2.1. Analisis Tingkat Kepentingan (Importance)

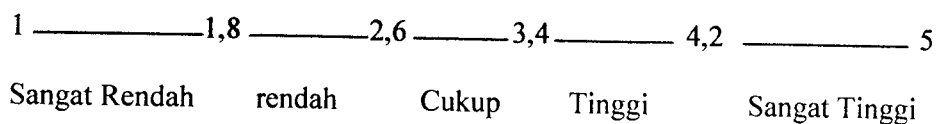
Interval tinggi rendahnya tingkat kepentingan konsumen terhadap kualitas layanan dapat ditentukan dengan rumus:

Skor tertinggi : 5

Skor terendah : 1

$$\begin{aligned} \text{Interval tingkat kepentingan} &= \frac{\text{Skortertinggi} - \text{skorterendah}}{5} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Jadi interval Tinggi – Rendahnya Tingkat Kepentingan:



4.2.1.1. Analisis Tingkat Kepentingan Setiap Dimensi:

Berdasarkan acuan tersebut maka dapat diketahui bahwa dimensi pada tingkat kepentingan *Empathy* berada pada interval 1,8 sampai dengan 2,6 (Rendah), *Tangibles* dan *Assurance* berada pada interval 2,6 sampai dengan 3,4 (Cukup), *Responsiveness* berada pada interval 3,4 sampai dengan 4,2 (Tinggi), dan *Reliability* berada pada interval 4,2 sampai dengan 5 (Sangat Tinggi). Dan berdasarkan rata-rata dari keseluruhan dimensi yaitu sebesar 3,36 maka dapat diketahui bahwa konsumen memiliki tingkat kepentingan sangat tinggi kepada pelayanan Perum Pegadaian Cabang Blabak. Rata-rata setiap dimensi tingkat kepentingan dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.6

Dimensi	Tingkat Kepentingan (Importance)
Tangibles	3,05
Reliability	4,26
Responsiveness	4,07
Assurance	3,26
Empathy	2,16
Rata -rata	3,36

Sumber : Data primer yang diolah, 2006

4.2.1.2 Analisis Tingkat Kepentingan Setiap Dimensi Dan Atribut-

Atributnyanya:

Berdasarkan interval tinggi rendahnya tingkat kepentingan konsumen yang berada pada interval 3,4 sampai dengan 4,2 (tinggi) yaitu: atribut-atribut yang ditunjukkan dengan nomor: 8, 9,11 dan 16.

Yang berada pada interval 4,2 sampai dengan 5 (sangat tinggi) yaitu: atribut-atribut yang ditunjukkan dengan nomor: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 ,10 , 12, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21,dan 22.

Dari rata-rata keseluruhan atribut diperoleh nilai 4,03 jadi dapat diketahui tingkat kepentingan konsumen terhadap pelayanan Perum Pegadaian Cabang Blabak. Rata-rata setiap atribut tingkat kepentingan dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.7

Dimensi	Nomor atribut	Tingkat Kepentingan (Importance)
Tangibles	1	3.67
	2	3.69
	3	4.15
	4	3.76
Reliability	5	4.19
	6	4.13
	7	4.06
	8	4.44
	9	4.49
Resposiveness	10	3.94
	11	4.20
	12	4.09
	13	4.03

Assurance	14	3.85
	15	4.14
	16	4.24
	17	4.09
Empathy	18	3.68
	19	3.91
	20	3.78
	21	4.11
	22	3.93
Rata-rata		4.03

Sumber : Data primer yang diolah, 2006.

4.2.2. Analisis Tingkat Kinerja

Interval tinggi rendahnya tingkat kinerja konsumen terhadap kualitas layanan dapat ditentukan dengan rumus:

Skor tertinggi : 5

Skor terendah : 1

$$\begin{aligned} \text{Interval tingkat kepentingan} &= \frac{\text{Skortertinggi} - \text{skorterendah}}{5} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Jadi interval Tinggi – Rendahnya Tingkat Kepentingan:

1 ————— 1,8 ————— 2,6 ————— 3,4 ————— 4,2 ————— 5
 Sangat Rendah rendah Cukup Tinggi Sangat Tinggi

4.2.2.1. Analisis setiap dimensi:

Berdasarkan acuan tersebut maka dapat diketahui bahwa dimensi pada tingkat kepentingan *Empathy* berada pada interval 1,8 sampai dengan 2,6 (Rendah), *Tangibles* dan *Assurance* berada pada interval 2,6 sampai dengan 3,4 (Cukup), *Responsiveness* dan *Reability* berada pada interval 3,4 sampai dengan 4,2 (Tinggi). Dan berdasarkan rata-rata dari keseluruhan dimensi yaitu sebesar 3,31 maka dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pelayanan Perum Pegadaian Cabang Blabak sangat tinggi. Rata-rata setiap dimensi tingkat kinerja dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.8

Dimensi	Tingkat Kinerja (Performance)
Tangibles	3.07
Reliability	4.06
Responsiveness	4.01
Assurance	3.30
Empathy	2.12
Rata -rata	3.31

Sumber : Data primer yang diolah, 2006

4.2.1.2 Analisis Tingkat Kinerja Setiap Dimensi Dan Atribut-Atributnyanya:

Berdasarkan interval tinggi rendahnya tingkat kinerja konsumen maka dapat diketahui, yang berada pada interval 3,4 sampai dengan 4,2 (tinggi) yaitu: atribut-atribut yang ditunjukkan dengan nomor: 16.

Yang berada pada interval 4,2 sampai dengan 5 (sangat tinggi) yaitu: atribut-atribut yang ditunjukkan dengan nomor: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, dan 22.

Dari rata-rata keseluruhan atribut diperoleh nilai 3,97 jadi dapat diketahui tingkat kinerja pelayanan Perum Pegadaian Cabang Blabak tinggi dari keseluruhan atribut. Rata-rata setiap atribut tingkat kinerja dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.9

Dimensi	Nomor atribut	Tingkat Kinerja (Performance)
Tangibles	1	3.76
	2	3.63
	3	4.15
	4	3.79
Reliability	5	4.16
	6	4.02
	7	3.98
	8	4.10
	9	4.04
Resposiveness	10	4.03
	11	4.04
	12	4.11
	13	3.86

Assurance	14	4.17
	15	4.10
	16	4.20
	17	4.03
Empathy	18	3.79
	19	3.64
	20	3.86
	21	4.03
	22	3.77
Rata-rata		3.97

Sumber : Data primer yang diolah, 2006.

4.3. Analisis Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menunjukkan prioritas peningkatan atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini terdapat dua buah variabel yang akan diwakili oleh huruf X dan Y, dimana huruf X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para konsumen, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan konsumen. Adapun rumus yang digunakan yaitu:

$$Tk_i = \frac{\sum \bar{X}}{\sum \bar{Y}} \times 100\%$$

Tk_i = Tingkat kesesuaian responden

\bar{X} = Skor penilaian kinerja perusahaan

\bar{Y} = Skor penilaian harapan konsumen

i = Atribut jasa

Untuk memperjelas tingkat kesesuaian yang dirasakan oleh konsumen Perum Pegadaian Cabang Blabak, dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut ini:

Tabel 4.10

**Tingkat kesesuaian Pada Atribut-Atribut Kualitas Layanan Jasa
Perum Pegadaian Cabang Blabak**

No	Atribut-atribut jasa	Importance	Performance	Tki
	Tangibles			
1	Pegadaian memiliki peralatan	3.67	3.76	102.45%
2	Fasilitas pegadaian yang menarik	3.69	3.63	98.37%
3	Karyawan pegadaian	4.15	4.15	100.00%
4	Fasilitas pendukung pegadaian	3.76	3.79	100.80%
	Penilaian bukti Tangibles	3,05	3,07	100,41%
	Reliability			
5	Pegadaian menepati janji tepat	4.19	4.16	99.28%
6	Pegadaian bisa menyelesaikan	4.13	4.02	97.34%
7	Pegadaian memberikan layanan	4.06	3.98	98.03%
8	Pegadaian memberikan layanan	4.44	4.10	92.34%
9	Pegadaian bebas dari kesalahan	4.49	4.04	89.98%
	Penilaian bukti Reliability	4,48	4,02	95,39%
	Responsiveness			
10	Karyawan Perum Pegadaian	3.94	4.03	102.28%
11	Karyawan pegadaian memberikan	4.20	4.04	96.19%
12	Karyawan pegadaian selalu	4.09	4.11	100.49%
13	Karyawan pegadaian tidak merasa	4.03	3.86	95.78%
	Penilaian bukti Responsiveness	4,50	4,04	98,69%

	Assurance			
14	Sikap dan perilaku karyawan	3.85	4.17	108.31%
15	Konsumen pegadaian merasa	4.14	4.10	99.03%
16	Karyawan pegadaian konsisten	4.24	4.20	99.06%
17	Karyawan pegadaian memiliki	4.09	4.03	98.53%
	Penilaian bukti Assurance	4,52	3,76	101,23%
	Empathy			
18	Pegadaian memberikan perhatian	3.68	3.79	102.99%
19	Pegadaian memiliki jam operasi	3.91	3.64	93.09%
20	Pegadaian memiliki karyawan	3.78	3.86	102.12%
21	Pegadaian memberikan perhatian	4.11	4.03	98.05%
22	Pegadaian memahami kebutuhan	3.93	3.77	95.93%
	Penilaian bukti Empathy	4,37	3,98	98,44%
	Rata-Rata	3,97	4,03	98,83%

Sumber : Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan tabel 4.10, maka dapat diketahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen Perum Pegadaian Cabang Blabak pada setiap dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Secara keseluruhan, tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Perum Pegadaian Cabang Blabak dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Data pada table 4.10 menunjukkan hasil tanggapan responden terhadap dimensi *Tangibles*, kinerja Perum Pegadaian Cabang Blabak adalah 3,05; sedangkan kepentingan konsumen adalah 3,07; sehingga dapat diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 100,41% atau tingkat kepentingan lebih besar dari kinerja, yang berarti konsumen Perum Pegadaian Cabang Blabak merasa sangat puas.

2. *Reliability* (Keandalan)

Data pada table 4.10 menunjukkan hasil tanggapan responden terhadap dimensi *Reliability*, kinerja Perum Pegadaian Cabang Blabak adalah 4,48; sedangkan kepentingan konsumen adalah 4,02; sehingga dapat diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 95,39% atau tingkat kepentingan lebih besar dari kinerja, yang berarti konsumen Perum Pegadaian Cabang Blabak merasa tidak puas.

3. *Responsiveness* (Daya Tangkap)

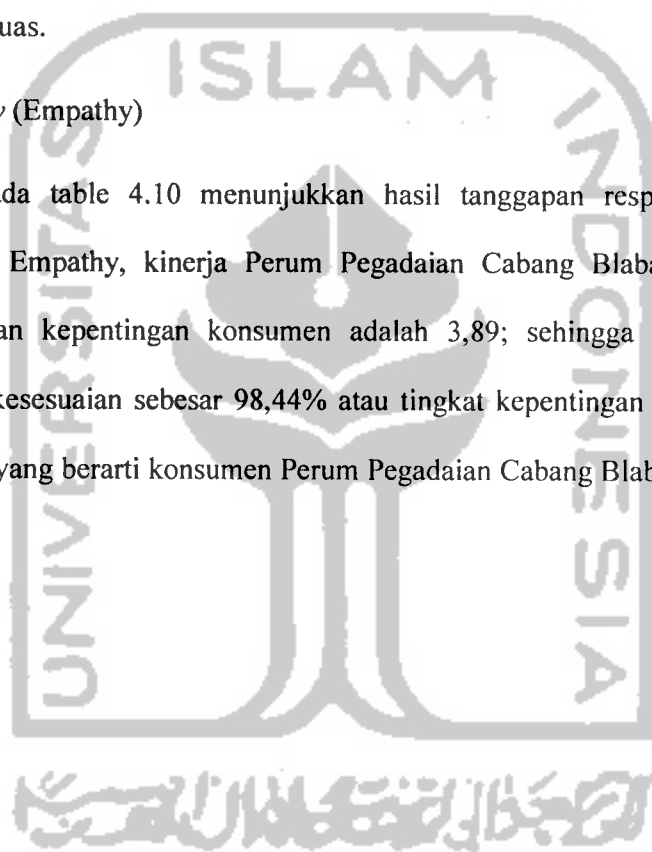
Data pada table 4.10 menunjukkan hasil tanggapan responden terhadap dimensi *Responsiveness*, kinerja Perum Pegadaian Cabang Blabak adalah 4,50; sedangkan kepentingan konsumen adalah 4,04; sehingga dapat diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 98,69% atau tingkat kepentingan lebih besar dari kinerja, yang berarti konsumen Perum Pegadaian Cabang Blabak merasa tidak puas.

4. *Assurance* (Jaminan)

Data pada table 4.10 menunjukkan hasil tanggapan responden terhadap dimensi Assurance, kinerja Perum Pegadaian Cabang Blabak adalah 4,52; sedangkan kepentingan konsumen adalah 3,76; sehingga dapat diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 101,23% atau tingkat kepentingan lebih besar dari kinerja, yang berarti konsumen Perum Pegadaian Cabang Blabak merasa sangat puas.

5. *Empathy* (Empathy)

Data pada table 4.10 menunjukkan hasil tanggapan responden terhadap dimensi Empathy, kinerja Perum Pegadaian Cabang Blabak adalah 4,37; sedangkan kepentingan konsumen adalah 3,89; sehingga dapat diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 98,44% atau tingkat kepentingan lebih besar dari kinerja, yang berarti konsumen Perum Pegadaian Cabang Blabak merasa tidak puas.

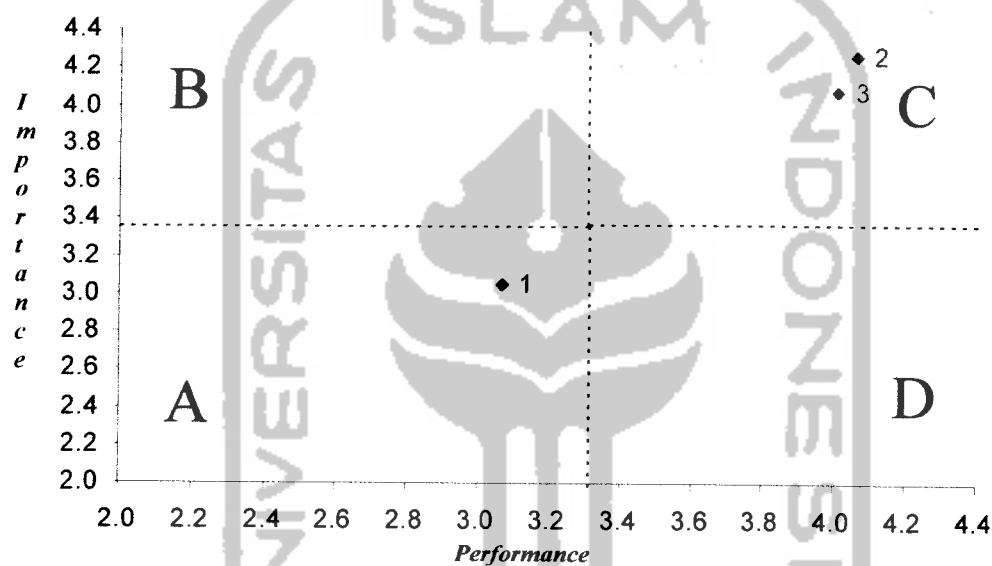


4.4. Analisis Diagram Kartesius

Berdasarkan data pada tabel 4.10, selanjutnya dapat digambarkan ke dalam diagram kartesius dilihat dari setiap dimensi sebagai berikut:

Gambar 4.1

**Matriks Importance-Performance
Hasil Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja
Perum Pegadaian Cabang Blabak
(Setiap Dimensi)**



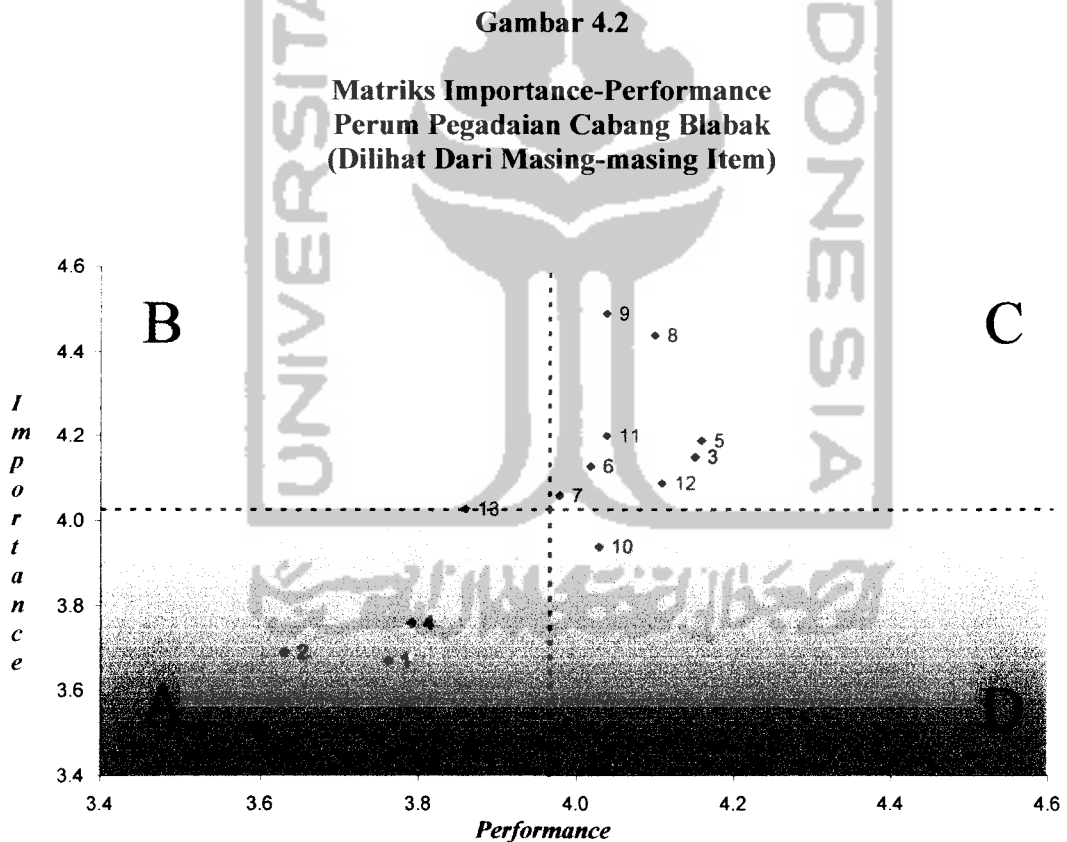
Sumber : Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan matriks diatas, maka dapat diketahui posisi setiap dimensi sebagai berikut:

- a. Dimensi *Tangibles*, *Assurance*, dan *Empathy* berada pada kuadran A (*Low Priority*), hal ini menunjukkan bahwa dimensi *Tangibles*, *Assurance* dan *Empathy* memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang rendah sehingga sebaiknya perusahaan memberikan prioritas yang rendah untuk memperbaiki tingkat kualitas yang ada pada dimensi-dimensi tersebut.

- b. Dimensi *Reliability* dan *Responsiveness* berada pada kuadran C (*Keep up the Good Work*), hal ini menunjukkan bahwa dimensi *Reliability* dan *Responsiveness* memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang tinggi. Dimensi *Reliability* dan *Responsiveness* dinilai aman namun demikian pihak perusahaan sebaiknya tetap dapat mempertahankan tingkat kualitas pada dimensi ini karena konsumen memiliki tingkat kepentingan yang tinggi pada dimensi tersebut.

Berdasarkan data pada tabel 4.10, selanjutnya dapat digambarkan ke dalam diagram kartesius dilihat dari masing-masing atribut sebagai berikut:



Sumber : Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan matriks di atas bisa diketahui posisi setiap atribut, sehingga memudahkan perusahaan dalam menentukan prioritas perbaikan. Posisi masing-masing item adalah sebagai berikut:

a. Kuadran A, yaitu atribut jasa perusahaan yang memang dianggap kurang penting oleh konsumen dimana perusahaan menjalankan secara biasa saja, sehingga tetap perlu untuk meningkatkan kinerja, terdiri atas atribut :

- Pada dimensi *Tangibles* yaitu peralatan yang modern.
- Pada dimensi *Tangibles* yaitu fasilitas fisik yang menarik.
- Pada dimensi *Tangibles* yaitu fasilitas pendukung pelayanan yang menarik.
- Pada dimensi *Responsiveness* yaitu karyawan tidak merasa sibuk menghadapi permintaan konsumen.
- Pada dimensi *Empathy* yaitu perhatian secara individual kepada konsumen.
- Pada dimensi *Empathy* yaitu jam operasi sesuai kebutuhan konsumen.
- Pada dimensi *Empathy* yaitu karyawan bisa memberikan perhatian secara personal kepada konsumen.
- Pada dimensi *Empathy* yaitu karyawan memahami kebutuhan spesifik konsumen.

b. Kuadran C, yaitu atribut jasa perusahaan yang dianggap penting oleh konsumen dan telah dilaksanakan dengan baik serta dapat memuaskan konsumen, maka kini kewajiban perusahaan adalah mempertahankan kinerjanya, terdiri atas atribut:

- Pada dimensi *Tangibles* yaitu penampilan karyawan yang rapi dan menarik.
- Pada dimensi *reliability* yaitu jika berjanji menepati tepat waktu.
- Pada dimensi *Reliability* yaitu bisa menyelesaikan masalah dengan sungguh-sungguh.
- Pada dimensi *Reliability* yaitu memberikan layanan pertama kali dengan benar.
- Pada dimensi *Reliability* yaitu memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan.
- Pada dimensi *Reliability* yaitu bebas dari kesalahan pencatatan.
- Pada dimensi *Responsiveness* yaitu memberikan pelayanan dengan cepat.
- Pada dimensi *Responsiveness* yaitu karyawan bersedia membantu konsumen.
- Pada dimensi *Assurance* yaitu konsumen merasa aman ketika melakukan transaksi.
- Pada dimensi *Assurance* yaitu karyawan konsisten menjaga kesopanan terhadap konsumen.

- Pada dimensi *Assurance* yaitu karyawan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen.
 - Pada dimensi *Empathy* yaitu memberikan perhatian secara tulus kepada konsumen.
- c. Kuadaran D, yaitu atribut jasa yang dianggap kurang penting oleh konsumen tetapi telah dijalankan dengan sangat baik oleh pihak perusahaan akan tetapi berlebihan, sehingga pelaksanaan kinerjanya sebaiknya biasa saja, terdiri atas atribut:
- Pada dimensi *Responsiveness* yaitu karyawan seharusnya menyampaikan pemberitahuan dengan benar ketika layanan dilakukan.
 - Pada dimensi *Assurance* yaitu sikap dan perilaku karyawan seharusnya meyakinkan.

