

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN HOTEL LAA ROYBA DI
PEKALONGAN**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana Strata- 1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Disusun oleh :

Nama : Muhammad Fakhry Amrullah

Nomor Mahasiswa : 13311528

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2018

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN HOTEL LAA ROYBA DI
PEKALONGAN**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana Strata- 1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Disusun oleh :

Nama : Muhammad Fakhry Amrullah

Nomor Mahasiswa : 13311528

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2018

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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, 15 Maret 2018




Muhammad Fakhry Amrullah

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN HOTEL LAA ROYBA DI
PEKALONGAN**

Nama : Muhammad Fakhry Amrullah
Nomor Mahasiswa : 13311528
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 15 Maret 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh

*Ael-
Duska* Dosen Pembimbing


Mochamad Nasito, Drs., M.M.

BERITA ACARA SKRIPSI

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN HOTEL LAA ROYBA DI PEKALONGAN

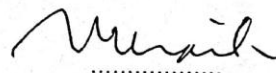
Disusun Oleh : MUHAMMAD FAKHRY AMRULLAH

Nomor Mahasiswa : 13311528

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS

Pada hari Rabu, tanggal: 9 Mei 2018

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.

ABSTRAK

Penelitian ini mengambil judul “Evaluasi Kualitas Pelayanan Maskapai Nam Air dengan Metode *Serqual* dan *Importance-Performance Analysis*”. Tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui kebutuhan (*importance*) Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Serqual*, mengetahui penilaian (*performance*) Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Serqual* DAN mengetahui kesesuaian antara *Importance-Performance* Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Importance-Performance Analysis*

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan yang mewakili seluruh Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode SERVQUAL dan diagram kartesius.

Hasil penelitian ini adalah Tingkat kebutuhan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta adalah sebesar 2,83. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dalam kondisi baik Tingkat kinerja kualitas pelayanan pada Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta adalah sebesar 2,93. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dalam kondisi baik. Tingkat kesesuaian antara *Importance-Performance* kualitas pelayanan Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta

dengan metode *Importance-Performance Analisis* adalah sebesar 103,39%. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen >100% yang berarti kualitas pelayanan sudah memenuhi harapan konsumen

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Servqual dan metode *Importance-Performance Analisis*

ABSTRAK

This research takes the title "Evaluation of Air Service Quality with Serqual Method and Importance-Performance Analisis". The purpose of this research is to know the needs of Nam Air Airlines at International Air Port Adi Soecipto Yogyakarta with the method of Serqual, to know the assessment of (flight) Nam Air Airlines in AirAsia International Adi Soecipto Yogyakarta with the method of Serqual AND seeks conformity between Importance-Performance Airlines Air Inter-City International Adi Soecipto Yogyakarta with Importance-Performance Analisis method

The population in this study is all consumers of Air Air Air Air Air Adi Soecipto Yogyakarta International Airport. The samples taken in this research are some customers representing all Nam Air Airlines at Adi Soecipto International Airport Yogyakarta. Data analysis in this research using SERVQUAL method and Cartesian diagram.

The result of this research is Level of customer requirement to service quality at Air International Airport Adi Soecipto Yogyakarta is equal to 2,83. The value can be concluded with consumer expectation on service quality of Nam Air Airport in International Air Port of Adi Soecipto Yogyakarta in good condition Quality performance level on Air Air Air International Port of Adi Soecipto Yogyakarta is equal to 2,93. The value can be inferred from consumer perception on service quality of Nam Air Airport at Adi Soecipto International Air Port Yogyakarta in good condition. Conformity Level between Importance of Quality Service Performance of Nam Air Airport at Adi Soecipto International Airport Yogyakarta with Importance-Performance Analisis as 103 , 39%. The value can be concluded that the level of

customer satisfaction > 100% which means the quality of service already meet consumer expectations

.

Keywords: Service Quality, Servqual and Performance Analysis Methods are Important

KATA PENGANTAR



Segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan karunia serta rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Hotel Laa Royba di Pekalongan”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang di penuhi untuk mencapai gelar sarjana ekonomi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Hotel Laa Royba di Pekalongan” disusun untuk memenuhi persyaratan untuk mencapai jenjang pendidikan strata satu (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Proses pengerjakan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu dan memberi dukungan. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan dan rezeki, serta hidayah-Nya sehingga hamba-Mu bisa menyelesaikan pendidikan S-1 ini.
2. Bapak Dr. Ir. Harsoyo, M.Sc selaku rektor Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Drs. Dwipraptono Agus Harjito, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dr. Drs. Sutrisno, MM selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
5. Ibu Dr.Dra. Kartini M.Si. selaku dosen wali.

6. Bapak Mochamad Nasito, Drs., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, pikiran, kesabaran, dan perhatiannya dengan memberikan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan staf program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu, bimbingan serta pelayanannya.
8. Bapak Achmad Su'ud dan Ibu Halimah Sa'diyah yang telah menjadi orang tua yang luar biasa dan selalu sabar dalam menghadapi semua keluh kesah penulis, serta telah memberikan semangat dan dukungan, kasih sayang, perhatian dan doa yang tiada batas bagi penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Nadya dan Tasya yang telah menjadi kakak dan adik yang sangat baik dan penyayang bagi penulis.
10. Teman-teman Kompre Mania Tyo, Ade, Ajay, Adit, Pacul, Mas Is, Kucing, Dedy, Tatas, Anggit bege yang sudah penulis anggap seperti saudara sendiri yang selalu memberikan dukungan dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis.
11. Teman-teman Kos Riko, Manyin, Ijul, Bok, Om lae. Terimakasih untuk waktunya yang sangat berkesan terutama ketika kita sharing pengalaman dan saling memahami satu samalain.
12. Teman-teman KKN unit 72, Fajri, Nurma, Yudi, Veli, Ma Pam, Dhea, Amal. Terimakasih atas canda dan tawa selama satu bulan tinggal bersama.
13. Semua teman-teman Manajemen angkatan 2013 senang bisa bertemu dan berbagi ilmu bersama kalian.

14. Pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi baik langsung maupun tidak langsung yang tak mungkin disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangannya. Mungkin hal ini karena terbatasnya pengetahuan maupun pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis mohon maaf sebesar-besarnya dan penulis dengan terbuka menerima saran dan kritik yang sifatnya memperbaiki. Semoga hasil penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan di masa mendatang.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 15 Maret 2018

Penulis

Muhammad Fakhry Amrullah

HALAMAN MOTTO

“ Bukan masalah apa yang kau lakukan tapi, kau harus bertanggung jawab terhadap apa yang kau ciptakan”

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan.”

(Qs. Al Insyirah : 5)

“Karena itu, ingatlah kamu kepada-Ku niscaya Aku ingat (pula) kepadamu, dan bersyukurlah kepada-Ku, dan janganlah kamu mengingkari (ni'mat)-Ku. “

(QS. Al-Baqarah:152)

“Man Jadda Wajada. Siapa yang bersungguh-sungguh, ia akan mendapatkannya.”

“Semua perjuangan pasti ada hasilnya”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Teruntuk :

Bapak dan Ibu Tercinta (Achmad Su'ud dan Halimah Sa'diyah)

Saudara-saudaraku tersayang

Bapak dan Ibu Dosen FE UII

Serta Teman dan Sahabat tercinta

Daftar tabel

TABEL 4 1.....	36
TABEL 4 2.....	38
TABEL 4 3.....	39
TABEL 4 4.....	39
TABEL 4 5.....	40
TABEL 4 6.....	41
TABEL 4 7.....	42
TABEL 4 8.....	43
TABEL 4 9.....	44
TABEL 4 10.....	45
TABEL 4 11.....	46
TABEL 4 12.....	46
TABEL 4 13.....	47
TABEL 4 14.....	48
TABEL 4 15.....	49
TABEL 4 16.....	51

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
Halaman pengesahan	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	ix
HALAMAN MOTTO	xii
HALAMAN PERSEMBAHAN	xiii
Daftar tabel.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	8
KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8

2.1.1. Konsep Importance-Performance	8
2.1.2. Manajemen Operasional Perusahaan Jasa.....	12
2.1.3. Pelayanan Jasa.....	14
2.1.4. Kepuasan Pelanggan.....	17
2.2. Penelitian Terdahulu	20
BAB III	24
METODE PENELITIAN	24
3.1. Lokasi Penelitian	24
3.2. Responen Penelitian	24
3.3. Populasi dan Sampel.....	24
3.4. Teknik Pengambilan Sampel	25
3.5. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	26
3.7. Pengukuran Variabel dengan Skala Likert.....	27
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen-Instrumen Penelitian	29
3.9. Metode Analisis Data	30
3.9.1. Analisis Servqual.....	30
3.9.2. Analisis Kinerja dan Kepentingan (Importance Performance Analysis).....	31
BAB IV	36
ANALISIS DATA.....	36
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	36
4.1.1 Uji Validitas	36

4.1.2 Uji Reabilitas.....	37
4.2 Analisis Deskriptif Responden	38
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	40
4.3 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	40
4.3.1 Analisis Penilaian Variabel Penelitian Persepsi Responden Terhadap Kinerja Kualitas Layanan.....	41
4.3.2 Analisis Penilaian Variabel Penelitian Kepentingan Responden Terhadap Kualitas Layanan.....	45
4.4 Analisis Servqual.....	49
4.4.1 Importance Performance Analysis.....	50
4.4.2 Diagram Kartesius.....	54
4.5 Pembahasan	57
BAB V	62
KESIMPULAN	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	62
REFERENSI	64
LAMPIRAN.....	67

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan dunia usaha sekarang ini, pertumbuhan di bidang perekonomian baik jasa ataupun sektor industri berkembang dengan sangat pesat. Sejalan dengan deregulasi Tahun 1999 di sektor penerbangan, banyak perusahaan-perusahaan maskapai penerbangan yang bermunculan. Seiring dengan masuknya maskapai-maskapai penerbangan baru, pangsa pasar Garuda Indonesia pada rutanya sendiri mengalami penurunan yang drastis: dari 69% di Tahun 1999 menjadi 39% di Tahun 2004 (Firdanianty, 2005).

Persaingan di bisnis penerbangan makin terfragmentasi karena hadirnya pemain-pemain swasta dengan permodalan yang cukup dan strategi penetrasi bisnis yang brilian. Khususnya munculnya pemain-pemain baru yang amat percaya diri dan cukup sukses mengambil *positioning* sebagai *low cost carrier* yaitu persaingan melalui perang harga tiket murah. Industri penerbangan merupakan fenomena yang unik dalam pembangunan nasional suatu bangsa. Semakin maju suatu bangsa, maka semakin besar kontribusi komponen jasa pada struktur pendapatan nasionalnya. Industri jasa telah berkembang menjadi unsur yang penting dalam pembangunan berbagai negara di dunia. Pada industri penerbangan (*airline*) penumpang komersial di Indonesia, perilaku konsumen dalam memilih pesawat yang ada beberapa macam, meliputi pilihan penerbangan

yang memberikan harga murah, dan penerbangan yang baik dengan harga terjangkau (Sukandi dalam Subagio & Robin, 2012).

Bisnis transportasi merupakan bidang yang sangat prospektif untuk masa kini dan mendatang, bisnis transportasi udara menjadi bidang yang sangat diperlukan untuk masyarakat modern dewasa ini. Salah satu keuntungannya jika dibandingkan dengan jasa transportasi yang lain adalah waktu yang singkat untuk mencapai tujuan. Konsep pemasaran, dikemukakan sebagai kunci untuk mencapai tujuan perusahaan adalah penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efisien dan efektif dibandingkan dengan para pesaing. Untuk itu ada empat pilar konsep pemasaran yaitu; fokus pasar, orientasi kepada pelanggan, pemasaran yang terkoordinasi, kemampuan (Kotler, 2008). Dengan berpegang dengan orientasi kepada pelanggan tujuan yang ingin dicapai adalah memuaskan pelanggan.

Adapun mempertahankan pelanggan terletak pada kepuasan pelanggan. Pada industri jasa (*service*), kepuasan pelanggan selalu dipengaruhi oleh Kualitas interaksi antara pelanggan dan karyawan yang melakukan kontak layanan (Kotler, 2008). Dalam dekade terakhir ini, gerakan ke arah kualitas di seluruh dunia telah menjalar dari sektor manufaktur ke sektor jasa. Bukti dari kualitas jasa nampak pada *performance* yang tanpa cacat atau sempurna (Berry & Parasuraman, 1990), suatu konsep yang sama dengan apa yang dinyatakan sebagai *zero defect* pada manufaktur. Berdasarkan pada sudut pandang pelanggan, kontak layanan (*service encounter* atau dikenal dengan istilah (*moment of truth*) terjadi pada saat pelanggan ber-interaksi dengan organisasi (perusahaan) untuk memperoleh jasa yang dibelinya.

Sebagai faktor yang mempengaruhi kesan yang baik dari maskapai penerbangan adalah pengalaman yang dirasakan karena kenyamanan, kualitas layanan yang perusahaan maskapai penerbangan mampu lakukan, juga karena diberikan *catering* sebagai pelengkap jasa layanan penerbangan yang dilakukan. Nam Air sebagai perusahaan yang melakukan strategi harga terjangkau dengan layanan yang prima membuat maskapai penerbangan ini mempunyai *corporate image* yang baik. Nam Air dikenal menggunakan strategi harga terjangkau, memakai *travel agent* sebagai mitra untuk men-distribusikan tiket dengan terlebih dulu memberikan deposit sebagai perwakilan.

Kualitas pelayanan yang baik timbul karena adanya strategi pelayanan yang berkaitan dengan kebijakan-kebijakan perusahaan. Strategi pelayanan harus dapat terus dikembangkan untuk dipelihara dan ditingkatkan terutama untuk menciptakan *customer loyalty*. Strategi pelayanan harus dapat memberikan nilai *perceive value* yang diterima oleh pelanggannya, seperti pelayanan yang harus memenuhi harapan pelanggannya, maka hal ini akan memotivasi pelanggan untuk tetap setia pada perusahaan tersebut daripada harus pindah ke perusahaan pesaing (Parasuraman, 1996).

Pada dasarnya, ada dua hal pokok yang berkaitan dengan layanan, yaitu harapan pelanggan terhadap kualitas langganan (*expected quality*) dan persepsi pelanggan atas kualitas layanan pada saat menerima layanan (*experienced* atau *perceive quality*). Pelanggan senantiasa menilai suatu layanan yang diterima dengan membanding-kannya dengan apa yang diharapkan atau yang diinginkan. Kepuasan konsumen menjadi kunci dari ukuran *performance* yang dikatakan sempurna, dalam hal ini tidaklah berarti memenuhi standarisasi yang kaku, tetapi *performance* yang

dapat memberi ke-puasan mendekati 100% dari sudut pandang konsu-men. Pelanggan senantiasa menilai suatu layanan yang diterima dengan membandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.

Importance-Performance Analisis yang diukur dengan lima dimensi yang dikemukakan oleh Parasuraman, dkk., (Tjiptono, 2007) yaitu (1) *reability* (kehandalan), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan, (2) *responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, (3) *assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf, (4) *emphaty* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, perhatian pribadi, dan (5) *tangibles* (bukti fisik), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai.

Penelitian ini dilakukan pada Maskapai Nam Air. NAM Air adalah maskapai penerbangan Indonesia yang didirikan pada tahun 2013. Maskapai penerbangan ini adalah anak perusahaan dari maskapai penerbangan Sriwijaya Air. Maskapai penerbangan ini merupakan maskapai pengumpan di kelas medium dengan mengoperasikan pesawat Boeing 737-500 Winglet dengan konfigurasi 120 kursi (8 kelas bisnis dan 112 kelas ekonomi). Bersamaan dengan peluncuran NAM Air pada 26 September 2013, Maskapai Induknya yaitu Sriwijaya Air mengumumkan akan membeli 100 unit pesawat Regio prop R-80 untuk armada masa depannya dengan 50 merupakan pesanan perusahaan dan 50 adalah opsi. Pada awal mulanya, NAM Air diproyeksikan sebagai *Full Service Carrier* dari Sriwijaya Air yang ditujukan untuk menyaingi Garuda Indonesia dan Batik Air. Dalam perkembangan selanjutnya, NAM Air akhirnya ditujukan sebagai *Feeder* (pengumpan) bagi Sriwijaya Air dengan

rencana Sriwijaya Air akan melayani rute utama, sementara NAM Air akan melayani rute lanjutan. Hal ini serupa dengan yang dilakukan oleh Lion Air dengan Wings Air dan Garuda Indonesia dengan Merpati di era 80-90an. Rute yang dilayani oleh NAM Air per bulan Juli 2016 dioperasikan secara pulang-pergi (PP). Merujuk pada PM 97 Tahun 2015, mulai bulan Mei 2015, Sriwijaya Air mengalihkan beberapa pesawat dan rutenya ke NAM Air (https://id.wikipedia.org/wiki/Nam_Air., diakses 3 Oktober 2017).

Penelitian ini dilakukan di Bandar Udara Internasional Adi Soeipto Yogyakarta merupakan salah satu bandara yang memiliki jadwal penerbangan yang padat dan jumlah penumpang yang banyak. Hal ini juga disebabkan karena Adi Soeipto Yogyakarta merupakan daerah tujuan bisnis, transit penumpang yang sangat terkenal sampai ke manca negara dan Bandar Adi Soeipto Yogyakarta merupakan salah satu "pintu gerbang" transit menuju daerah-daerah lainnya di Indonesia maupun Asia atau manca negara. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tingkat kinerja pada Maskapai Nam Air dan bagaimanakah tingkat kepentingan masyarakat penumpang terhadap Maskapai Nam Air dengan judul "Evaluasi Kualitas Pelayanan Maskapai Nam Air dengan Metode *Serqual* dan *Importance-Performance Analysis*".

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kebutuhan (*importance*) Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Serqual*?
2. Bagaimanakah penilaian (*performance*) Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Serqual*?

3. Bagaimanakah kesesuaian antara *Importance-Performance* kualitas pelayanan Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Importance-Performance Analisis*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kebutuhan (*importance*) Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Serqual*.
2. Untuk mengetahui penilaian (*performance*) Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Serqual*.
3. Untuk mengetahui kesesuaian antara *Importance-Performance* Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Importance-Performance Analisis*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti. Dengan penelitian diharapkan dapat mendapatkan pengetahuan teoritis dan pengalaman praktis di dunia bisnis yang nyata.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi perusahaan

Penelitian dapat dijadikan sumber informasi untuk bahan pertimbangan bagi Maskapai Nam Air untuk menentukan strategi pengambilan keputusan

mengenai peningkatan kualitas jasa sesuai yang diinginkan oleh penumpang demi meningkatkan keuntungan perusahaan.

b. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat menambah informasi untuk dijadikan bahan referensi untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1. Konsep Importance-Performance

Metode *Importance Performance Analysis* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla & James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Latu & Everett, 2000). *Importance Performance Analysis* telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja. *Importance Performance Analysis* mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

Importance Performance Analysis menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi. Dalam penelitian ini ada dua buah variabel yang diwakilkan oleh X dan Y, dimana X merupakan skor penilaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dan Y merupakan skor penilaian kepentingan konsumen. X (kepentingan) lebih besar atau sama besar dari Y (kinerja), maka konsumen puas tetapi apabila lebih kecil, maka konsumen tidak puas. *Importance Performance*

Analysis menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis.

Berikut adalah beberapa pendapat menurut para ahli mengenai strategi yaitu, menurut (Rangkuti, 2009), strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Tujuan utamanya adalah agar perusahaan dapat melihat secara obyektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Dalam hal ini dapat dibedakan secara jelas fungsi manajemen, konsumen, distributor, dan pesaing. Jadi, perencanaan strategis penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan yang optimal dari sumber daya yang ada. Untuk memahami konsep perencanaan strategis, kita perlu memahami pengertian konsep mengenai strategi.

Menurut Mintzberg (2007), konsep strategi itu sekurang-kurangnya mencakup lima arti yang saling terkait, dimana strategi adalah suatu:

- a. Perencanaan untuk semakin memperjelas arah yang ditempuh organisasi secara rasional dalam mewujudkan tujuan-tujuan jangka panjangnya.
- b. Acuan yang berkenaan dengan penilaian konsistensi ataupun inkonsistensi perilaku serta tindakan yang dilakukan oleh organisasi.
- c. Sudut yang diposisikan oleh organisasi saat memunculkan aktivitasnya.
- d. Suatu perspektif yang menyangkut visi yang terintegrasi antara organisasi dengan lingkungannya yang menjadi batas bagi aktivitasnya
- e. Rincian langkah taktis organisasi yang berisi informasi untuk mengelabui para pesaing.

Strategi pelayanan merupakan suatu strategi untuk memberikan layanan dengan mutu yang sebaik mungkin kepada para pelanggan. Dalam penetapan sistem pelayanan mencakup strategi yang dilakukan, dimana pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dapat merasakan langsung, agar tidak terjadi distorsi tentang suatu kepuasan yang akan mereka terima. Sementara secara spesifik adanya peranan pelayanan yang diberikan secara nyata akan memberikan pengaruh bagi semua pihak terhadap manfaat yang dirasakan pelanggan.

Merujuk pada penerapan *Importance Performance Analysis* dihasilkan empat kuadran yang berisi empat kemungkinan kelompok aspek-aspek yang diteliti, yaitu sebagai berikut ini :

- a. Kuadran A, "*Low priority*": Baik skor tingkat kepentingan maupun kinerja bernilai rendah. Aspek-aspek yang termasuk ke dalam kelompok ini dapat diabaikan dari perhatian manajemen di masa-masa mendatang.
- b. Kuadran B, "*Concentrate here*": Memiliki skor yang tinggi dari sisi tingkat kinerja namun memiliki skor yang rendah dari sisi kepentingan. Hasil ini menunjukkan letak kurang puas nya para pelanggan.
- c. Kuadran C, "*Keep up the good work*": Memiliki skor yang tinggi baik dari sisi tingkat kepentingan maupun kinerjanya. Aspek-aspek pada kategori ini merupakan aspek-aspek yang ideal, karena ini menunjukkan bahwa organisasi memiliki keunggulan di bidang-bidang yang dianggap penting oleh pelanggan.
- d. Kuadran D, "*Possible overkill*": Skor tingkat kepentingan tinggi namun skor kinerja rendah. Hasil menunjukkan bahwa organisasi terlalu banyak terfokus pada aspek-aspek yang berdampak kecil terhadap kepuasan pelanggan, sehingga

sumberdaya yang semula dialokasikan pada aspek-aspek lain yang memiliki skor tingkat kepentingan tinggi namun kinerjanya rendah.

Menurut Rangkuti (2009), pada penerapan *Importance Performance Analysis* dan strategi yang akan dilakukan mengenai empat kuadran yaitu sebagai berikut ini :

- a. Kuadran I, ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel yang masuk kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk/jasa tersebut unggul di mata pelanggan.
- b. Kuadran II, 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.
- c. Kuadran III, ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting 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.
- d. Kuadran IV, ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang pelanggan harapkan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk kuadran ini harus ditingkatkan. Caranya adalah perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus, sehingga *performance* variabel yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.

2.1.2. Manajemen Operasional Perusahaan Jasa

Dalam melaksanakan produktivitas (kinerja) suatu perusahaan, diperlukan suatu manajemen yang berguna untuk menerapkan keputusan-keputusan dalam upaya pengaturan dan pengkoordinasian penggunaan sumber daya dari kegiatan produktivitas (kinerja) yang dikenal sebagai manajemen produktivitas (kinerja) atau manajemen operasi. Melalui kegiatan operasi, segala sumber daya masukan perusahaan diintegrasikan untuk menghasilkan keluaran yang memiliki nilai tambah. Produk yang dihasilkan dapat berupa barang akhir, barang setengah jadi, atau jasa. Kegiatan operasi merupakan kegiatan kompleks, yang mencakup tidak saja pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan dalam mencapai tujuan operasi, tetapi juga mencakup kegiatan teknis untuk menghasilkan suatu produk atau jasa yang memenuhi spesifikasi yang diinginkan (Yamit, 2001). Kegiatan untuk meningkatkan kegunaan barang dan jasa sering dikenal sebagai kegiatan mentransformasikan masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*), hal tersebut tidak dapat dilakukan sendiri tanpa bantuan orang lain, dengan demikian dibutuhkan kegiatan manajemen Yamit (1998).

Kegiatan manajemen ini sangat dibutuhkan untuk mengatur dan mengkoordinasikan faktor-faktor produktivitas (kinerja) yang berupa *money*, *man*, *machine*, *method*, *market*, dan *management*. Semua ini saling terkait dan dapat meningkatkan kegunaan barang dan jasa secara efektif dan efisien, serta dengan mengantisipasi perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen di masa yang akan datang. Oleh karena itu, pengetahuan yang baik tentang manajemen operasi perlu dimiliki oleh semua pihak yang terlibat langsung dalam kegiatan proses produktivitas (kinerja). Dalam kegiatannya manajemen operasi tidak hanya

menyangkut *manufacturing* berbagai barang, tetapi juga berkaitan dengan produktivitas (kinerja) jasa (pelayanan). Dalam organisasi yang tidak menghasilkan produk atau jasa secara fisik, banyak juga organisasi-organisasi yang menyediakan berbagai bentuk produk atau jasa usaha dalam bidang jasa, misalnya bisnis perhotelan, perbankan, asuransi, ataupun perusahaan transportasi.

Manajemen produktivitas (kinerja) yang telah banyak dipakai sebelumnya, dipandang kurang mencakup seluruh kegiatan sistem-sistem produktif dalam masyarakat ekonomi. Karena kadang-kadang produktivitas (kinerja) diartikan sebagai kegiatan untuk menghasilkan barang. Bahkan banyak yang menganggap bahwa produktivitas (kinerja) itu hanya kegiatan menghasilkan barang untuk mencari laba. Ini merupakan pengertian yang sempit sebab produktivitas (kinerja) seharusnya tidak hanya kegiatan untuk menghasilkan barang, tetapi juga dapat menghasilkan jasa, dan juga dapat dilakukan oleh lembaga yang tidak mencari laba. Oleh karena itu, diperlukan suatu istilah yang lebih tepat dan mempunyai cakupan luas, yaitu mengenai manajemen operasi.

Manajemen operasi adalah semua usaha yang mengkoordinasikan dan memanfaatkan sumber daya atau faktor-faktor produktivitas (kinerja) seperti bahan mentah, tenaga kerja, energi, modal dan informasi yang ada dan dimiliki oleh perusahaan. Kemudian melalui proses transformasi, masukan-masukan atau input-input diubah menjadi output yaitu berupa produk barang atau jasa, serta suatu pengambilan keputusan mengenai pengelolaan yang optimal dengan penggunaan faktor-faktor produktivitas (kinerja) dalam proses transformasi input menjadi output atau jasa yang ditentukan oleh organisasi (Resohadiprodjo dan Indriyo, 1997).

2.1.3. Pelayanan Jasa

Definisi jasa menurut Kotler, (2005) adalah setiap kegiatan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Lima kategori bauran jasa menurut Kotler (2005) meliputi: (a) barang berwujud murni; (b) barang berwujud yang disertai jasa/layanan; (c) campuran; (d) jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan; (e) jasa murni. Selanjutnya Zeithaml dan Berry seperti dikutip Yazid (1999) jasa adalah mencakup semua aktivitas ekonomi yang output nya bukan produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama, dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk (kenyamanan, liburan, kecepatan dan kesehatan) yang secara prinsip *intangible* bagi para pembeli pertamanya.

Stanton (1993), jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri yang pada hakekatnya bersifat tak teraba (*intangible*) yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain. Untuk menghasilkan jasa mungkin perlu atau mungkin pula tidak diperlukan penggunaan benda nyata (*tangible*), akan tetapi sekalipun penggunaan benda itu perlu, namun tidak terdapat adanya pemindahan hak milik atas benda tersebut (pemilikan permanen). Sedangkan Lovelock (1999) mengatakan, jasa adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lainnya. Walaupun prosesnya mungkin terkait dengan produk fisik, kinerjanya pada dasarnya tidak nyata dan biasanya tidak menghasilkan kepemilikan atas factor-faktor produksi. Jasa memiliki empat karakteristik utama menurut Stanton (1993) sebagai berikut:

- a. Tidak berwujud (*intangible*), merupakan karakteristik jasa yang tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa tersebut dikonsumsi atau digunakan. Jika konsumen membeli suatu jasa maka ia hanya dapat menggunakan, memanfaatkan, atau menyewa jasa tersebut. Untuk mengurangi ketidakpastian konsumen akan memperhatikan tanda atau bukti pelayanan jasa dari tempat, orang, peralatan, bahan komunikasi dan harganya.
- b. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*), umumnya jasa yang dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan saat konsumen membeli jasa itu.
- c. Variabilitas (*variability*), jasa sangat bervariasi karena tergantung pada siapa yang menyediakan dan kapan serta dimana jasa itu digunakan.
- d. Tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan (*perishability*), jasa merupakan sesuatu yang tidak dapat disimpan.

Dua kemungkinan dalam penjualan jasa yaitu: pertama, pelanggan mendatangi lokasi fasilitas jasa (pelanggan datang ke bengkel mobil). Kedua, penyedia jasa mendatangi pelanggan (pegawai asuransi yang menawarkan produknya ke rumah-rumah).

Cuang-His *et al.* (2006), menyatakan bahwa pelayanan jasa merupakan interaksi dari semua faktor yang menjaga dari proses penciptaan jasa yang disediakan untuk konsumen. Menurut Cuang-His *et al.* (2006), dimasa yang lalu ada tiga macam penilaian skala untuk pelayanan jasa, yaitu SERVQUAL, SERVPERF, dan Non-Difference. Dalam studi Chang dan Huang (2006) menggunakan pelayanan jasa (SERVQUAL) yang dijabarkan dalam 21 item jasa yang untuk mengukur kepuasan pelanggan. Dan pengukuran diatas juga digunakan peneliti dalam mengukur

pelayanan jasa di dalam penelitian ini. Menurut Parasuraman, dkk., (Tjiptono & Gregorius, 2004) pelayanan jasa diukur dengan lima dimensi, yaitu:

- a. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- b. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (reponsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
- c. *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan, keesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- d. *Empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
- e. *Tangibles* (bukti fisik), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Kualitas total suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama (Tjiptono & Gregorius, 2004) yaitu :

- a. *Technical quality*, yaitu yang berkaitan dengan kualitas output jasa yang diterima pelanggan. Menurut Parasunarma, *technical quality* dapat diperinci menjadi:
 - 1) *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, contohnya adalah harga.

- 2) *Experience quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan setelah membeli atau menggunakan jasa, contohnya adalah ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, kerapian hasil.
 - 3) *Credence quality*, yaitu kualitas yang sulit dievaluasi pelanggan meskipun telah menggunakan suatu jasa, contohnya adalah kualitas suatu operasi jantung.
- b. *Functional quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan cara penyampaian suatu jasa.
 - c. *Corporate image*, yaitu profil, reputasi citra umum perusahaan dan daya tarik suatu perusahaan.

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka pelayanan jasa dapat dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka pelayanan jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka pelayanan jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik buruknya pelayanan jasa tergantung pada penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

2.1.4. Kepuasan Pelanggan

Setiap perusahaan yang memasarkan suatu produk berupa barang atau jasa selalu menginginkan konsumen atau pelanggan merasa puas terhadap jasa yang ditawarkan. Menurut Gasperz (1997) pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada *performance* perusahaan, sedangkan menurut Kotler (1997) mengatakan bahwa

kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Cuang-His *et al.* (2006), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sebagai evaluasi pelanggan setelah berperilaku membeli pada tempat dan waktu tertentu. Kepuasan pelanggan juga akan berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan operasional dari perusahaan itu sendiri.

Sejumlah metode diadakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Cuang-His *et al.* (2006) mengungkapkan bahwa secara umum ada dua metode, (1) Item tunggal, dimana hasil dari hasil kepuasan menyeluruh setelah konsumen menggunakan produk-produk dengan item kepuasan tunggal. (2) Item jamak, dimana pengukuran kepuasan individu dari produk-produk dengan skala umum dan menjumlahkan kepuasan menyeluruh.

Pada umumnya pelanggan menginginkan produk yang memiliki karakteristik lebih cepat, lebih murah, lebih baik. Karakteristik lebih cepat biasanya berkaitan dengan dimensi waktu yang menggambarkan kecepatan kemudahan atau kenyamanan untuk memperoleh produk tersebut. Karakteristik lebih murah berkaitan dengan dimensi biaya yang menggambarkan biaya atau ongkos dari suatu produk yang dibayarkan oleh pelanggan. Karakteristik lebih baik berkaitan dengan dimensi kualitas produk yang paling sulit digambarkan secara tepat (Gasperz, 1997).

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan dari perusahaan yang memiliki komitmen terhadap kualitas. Dengan kepeuasan pelanggan berarti akan diperlukan upaya secara berkesinambungan untuk mendapatkan informasi tentang kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terhadap suatu barang dan jasa. Informasi tersebut diolah untuk menciptakan produk yang berkualitas. Produk berkualitas dengan harga

kompetitif akan menarik pelanggan dan akhirnya akan meningkatkan volume penjualan sekaligus kualitas yang dirasakan pelanggan meningkat.

Menurut Day (Tjiptono & Gregorius, 2004) memberikan definisi mengenai kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidakpuasan dan yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.

Empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut Day (Tjiptono & Gregorius, 2004) :

a. Sistem keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya pada para pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang biasanya digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan pada tempat-tempat yang strategis. Informasi ini dapat memberikan ide-ide dan masukan kepada perusahaan dan memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang ada.

b. *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dengan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

c. *Lost customer analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok, yang diharapkan adalah akan diperolehnya

informasi penyebab terjadinya hal tersebut, informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan-kebijakan selanjutnya yang akan diambil oleh konsumen.

d. Survei kepuasan konsumen

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilaksanakan dengan penelitian survei, melalui penelitian survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga penelitian survei dapat memberikan tanda positif bagaimana perusahaan menaruh perhatian pada pelanggannya.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tannady, dkk., (2017) yang berjudul “Analisis Kualitas Jasa pada Maskapai Penerbangan Rute Domestik Tarif Menengah Ke bawah dengan Menggunakan Metode *Servqual* dan Metode *Importance And Performance Analysis*”. Penelitian ini menggunakan metode analisis *Service Quality* untuk mengetahui gap antara harapan pelanggan terhadap atribut jasa dan tingkat kepuasan yang dirasakan dan metode *analisis Importance and Performance Analysis* untuk menentukan kategori dari suatu atribut dan dapat menentukan prioritas yang harus dilakukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil dari analisis data adalah terdapat 11 atribut pada maskapai penerbangan Lion Air dan 12 atribut pada maskapai penerbangan Citilink yang masih memiliki gap score yang tergolong tinggi, dan kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian adalah dari 22 atribut pelayanan pada setiap maskapai penerbangan terdapat 2 atribut Lion Air dan 5 atribut Citilink yang menjadi prioritas perbaikan

karena memiliki pengaruh besar bagi kepuasan pelanggan dan tergolong dalam kategori *tobe improved* dalam IPA.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wardhani (2006) yang berjudul “Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Jasa Penerbangan (Studi Kasus Pada Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Semarang - Jakarta)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis sampai sejauh mana kesesuaian antara tingkat kepentingan atribut-atribut kualitas pelayanan (*service quality*) menurut konsumen jasa penerbangan Garuda Indonesia dengan kinerja yang telah dilakukan oleh PT. Garuda Indonesia. Kinerja yang dianggap baik berarti memuaskan. Analisis data yang digunakan adalah *Importance and Performance Analysis (IPA)*. Data diperoleh melalui *survey* kepada 100 konsumen jasa penerbangan Garuda Indonesia rute Semarang-Jakarta dengan alat bantu kuesioner dengan teknik *accidental sampling*.

Hasil penelitian ini terbagi atas empat bagian : kuadran I menjadi prioritas utama Garuda Indonesia dan harus dilaksanakan sesuai dengan harapan konsumen, karena konsumen belum puas dengan kinerja Garuda Indonesia, yaitu : pesawat memiliki peralatan yang menggunakan teknologi mutakhir, memberitahukan jadwal penerbangan akan dilakukan, karyawan memberikan rasa aman dalam memberikan pelayanan kepada penumpang, karyawan siap setiap saat untuk melayani penumpang, karyawan mampu memberikan kepercayaan kepada penumpang, karyawan memahami dan memperhatikan kepentingan penumpang, karyawan sabar dan penuh pengertian dalam menangani penumpang, karyawan memberikan tempat yang nyaman, aman dan representatif. Kuadran II memiliki atribut-atribut yang perlu dipertahankan pelaksanaannya oleh Garuda Indonesia ,karena sudah sesuai dengan harapan konsumen, yaitu: karyawan memberikan sambutan yang baik kepada

penumpang, waktu pelayanannya sesuai dengan jadwal yang diinformasikan kepada penumpang, pelayanan yang diberikan dapat dipercaya, menyimpan data yang akurat dan benar, karyawan selalu bersikap ramah kepada penumpang, karyawan memiliki pengetahuan yang cukup, karyawan tanggap terhadap kepentingan penumpang.

Kuadran III berarti atribut – atribut dinilai kurang penting oleh konsumen namun konsumen cukup puas dengan kinerja Garuda Indonesia, dan peningkatannya perlu dipertimbangkan, yaitu : karyawan yang bersikap simpatik dalam menghadapi penumpang yang bermasalah, memberikan layanan yang cepat dan nyaman, karyawan mau membantu masalah yang dihadapi penumpang, karyawan siap merespon permintaan penumpang. Kuadran IV berarti atribut-atribut yang pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik oleh Garuda Indonesia, namun dinilai kurang penting oleh konsumen, sehingga terkesan berlebihan, yaitu : karyawan yang profesional, berpenampilan rapi dan menarik, pesawat memiliki fasilitas yang menarik, penumpang merasa aman selama menggunakan jasa penerbangan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chao *et al.*, (2013) yang berjudul “*Enhancing Airport Service Quality: A Case Study of Kaohsiung International Airport*”. Lalu lintas penumpang di Bandara Internasional Kaohsiung di Taiwan telah melihat mantap menurun dalam beberapa tahun terakhir karena beberapa efek, termasuk pembentukan *Taiwan High Speed Rail*, dan industri bergerak di luar negeri. Karena kondisi ekonomi memiliki ditingkatkan untuk beberapa derajat, dan pemerintah Taiwan telah diizinkan wisatawan China ke mengunjungi Taiwan dan telah memungkinkan penerbangan langsung lintas selat, penumpang meningkat. Oleh karena itu, prioritas bandara harus mempromosikan kualitas layanan dan lingkungan. Pelajaran ini menganalisis kepentingan dan kepuasan wisatawan domestik dan

internasional menggunakan kuesioner, dan selanjutnya diterapkan analisis pentingnya Kinerja (IPA) untuk menilai layanan prioritas yang perlu perbaikan dan memberikan saran yang tepat. Hasil menunjukkan bahwa layanan prioritas yang harus ditingkatkan terdiri transportasi darat, penanganan keluhan, pusat kesehatan, kecepatan klaim bagasi, dan kenyamanan terminal.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh George (2013) yang berjudul “*Importance-Performance Analysis of Airport Facilities-A Case Study of Cochin International Airport Limited*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur persepsi penumpang tentang pentingnya empat faktor fasilitas *check-in*, fasilitas, fasilitas terminal, dan fasilitas aksesibilitas bandara berkaitan dengan kunjungan mereka ke bandara dan tingkat persepsi kinerja fasilitas tertentu dan dihasilkan kesenjangan. Menggunakan metode *purposive sampling*, data dikumpulkan dari penumpang yang berangkat dari *Cochin International Airport Limited*. Metode IPA ini dikembangkan dengan menggunakan metode analisis faktor eksploratori dan konfirmatori dengan bantuan persamaan struktural untuk tujuan penelitian ini. Model awal ini disempurnakan untuk mencapai model akhir. Sebuah studi kasus empiris persepsi penumpang tentang pentingnya dan kinerja fasilitas di bandara disediakan dalam makalah ini untuk menguji efektivitas dan kesesuaian IPA dan kesenjangan analisis dimodifikasi dalam pengukuran tingkat kinerja fasilitas. Hasil analisis gap menunjukkan bahwa kecuali fasilitas *check-in*, ada kesenjangan antara tingkat kepentingan dan kepuasan penumpang sehubungan dengan fasilitas dan, otoritas bandara harus memberikan perhatian lebih kepada manajemen fasilitas di bandara.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta, yaitu di Bandar Udara Adi Soepto Yogyakarta, yang diteliti adalah penumpang Maskapai Nam Air.

3.2. Responen Penelitian

Responden penelitian ini adalah sebagian penumpang di Maskapai Nam Air.

3.3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sekaran & Bouge, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Maskapai Nam Air yang telah menggunakan jasa Maskapai Nam Air.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sekaran & Bouge, 2010). Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian pelanggan Maskapai Nam Air yang berjumlah 100 orang. Pengambilan 100 orang dinilai sudah dapat mewakili responden, karena berdasarkan distribusi normal, sampel 30 atau jumlah di atasnya sudah layak untuk menggambarkan populasi dan analisis (Franken dan Wallen dalam Rahayu, 2005). Sampel didapatkan dengan memberikan kuesioner kepada responden (Penumpang Maskapai Nam Air) di lokasi penelitian yaitu di *International Air Port* Adi Soepto Yogyakarta.

3.4. Teknik Pengambilan Sampel

Setiap penumpang pada dasarnya memiliki kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sampel, namun karena saat pengambilan sudah ditetapkan waktunya, maka mereka yang menggunakan jasa pada saat penelitian, inilah yang digunakan sebagai sampel, sehingga metode pengambilan sampel penumpang Maskapai Nam Air termasuk kategori *probability sampling* dengan metode *convenience sampling* (Sekaran, dan Bouge, 2010). Penggunaan *probability sampling* dengan metode *convenience sampling* ini dikarenakan tiap-tiap elemen dalam populasi diketahui peluangnya untuk dapat dijadikan sampel yang secara dapat ditemui pada saat penelitian (Santoso, 2017), yaitu responden atau konsumen yang menggunakan jasa Maskapai Nam Air.

3.5. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

a. Jenis Data

1. Data Primer

Yaitu data yang dihimpun secara langsung dapat dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan (Sugiyono, 2017). Data primer ini berupa rekapitulasi data dari kuesioner yang disebarkan pada saat penelitian.

2. Data Sekunder

Yaitu data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder ini berupa data mengenai jam keberangkatan, lama perjalanan, dan perkiraan datang.

b. Teknik Pengumpulan Data

Metode kuesioner (*questionnaire*) sebagai teknik pengumpulan data dilakukan dengan survey langsung ke penumpang. Data diperoleh dari hasil jawaban responden terhadap daftar pertanyaan yang disampaikan.

3.6. Definisi Operasional Variabel

a. *Importance-Performance*

Parasuraman, dkk., (Tjiptono, 2007) berpendapat bahwa *Importance-Performance* merupakan interaksi dari semua faktor yang menjaga dari proses penciptaan jasa yang disediakan untuk konsumen. Parasuraman, dkk., (Tjiptono, 2007) mengungkapkan untuk menilai *Importance* dengan *Performance* atau kenyataan yang dirasakan oleh konsumen :

1). Keandalan (*Reliability*)

- Ketepatan waktu keberangkatan
- Ketepatan waktu sampai tujuan
- Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu
- Keandalan sarana otomatis

2). Tanggapan (*Responsiveness*)

- Kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan konsumen
- Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan penumpang
- Kemampuan karyawan dalam memenuhi semua keluhan penumpang

3). Keyakinan (*Assurance*)

- Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya
- Karyawan bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang
- Karyawan bertanggung jawab terhadap keselamatan jiwa penumpang

- Keamanan penerbangan (*safety flight*)

4). Empati (*Empaty*)

- Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang
- Pelayanan yang ramah dan sopan
- Karyawan maskapai memberikan kesan yang baik kepada penumpang
- Pelayanan yang tidak membedakan kelas
- Karyawan mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan penumpang

5). Berwujud (*Tangible*)

- Kerapian penampilan karyawan
- Tersedianya fasilitas AC, Toilet, dan TV yang baik.
- Maskapai memiliki ruang tunggu yang nyaman.
- Layanan ekstra lainnya maskapai

3.7. Pengukuran Variabel dengan Skala Likert

Menurut Sugiyono (2017), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Menurut Sugiyono (2017), instrumen penelitian yang menggunakan Skala Likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist*.

Tabel 1
Skala Likert Penelitian

Kinerja
SS = Sangat Setuju skor = 4
S = Setuju skor = 3
TS = Tidak Setuju skor = 2
STS = Sangat Tidak Setuju = 1

Skala likert ini kemudian manakala individu yang bersangkutan dengan menambahkan bobot dari jawaban yang dipilih. Nilai rata-rata dari masing-masing responden dari kelas interval dengan jumlah kelas sama dengan 4 sehingga dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Max} - \text{Nilai Min}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Adapun kategori dari masing-masing interval adalah sebagai berikut:

TABEL 3. 1

Interval Skala Penelitian

Interval	Kinerja
3,25 s/d 4,00	Sangat Puas
2,50 s/d 3,24	Puas
1,75 s/d 2,49	Tidak Puas
1,00 s/d 1,74	Sangat Tidak Puas

Respon yang cenderung tinggi mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dan sebaliknya respon yang cenderung rendah mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan yang rendah.

3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen-Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Santoso, 2017). Pengujian validitas dilakukan dengan metode korelasi yaitu dengan melihat angka koefisien korelasi (r_{xy}) pada item korelasi yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total. Dengan jumlah sampel uji coba kuesioner sebanyak 100 responden, sehingga derajat keyakinandigunakan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, selanjutnya dilakukan analisis korelasi antara skor pertanyaan dengan skor total. Apabila nilai $r_{xy} > r$ -tabel = 0,195, maka dapat dinyatakan item tersebut valid. Selanjutnya kuesioner tersebut akan digunakan dalam penelitian. Formula untuk menghitung koefisien korelasi (r_{xy}) adalah sebagai berikut (Santoso, 2017):

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antar skor butir (X) dan skor variable (Y)

N = jumlah responden yang diuji coba

$\sum X$ = jumlah skor butir (X)

$\sum Y$ = jumlah skor variable (Y)

ΣX^2 = jumlah skor butir (X) kuadrat

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana satu alat pengukur dapat menunjukkan dipercaya atau tidak (Santoso, 2017). Untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Santoso, 2017). Untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *cronbach alpha*, dengan jumlah sampel uji coba kuesioner sebanyak 100 responden. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai $r_{\text{alpha}} > 0,60$. Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer *SPSS for Windows*. Formula untuk menghitung koefisien *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut (Santoso, 2017).

$$\alpha = \left[\frac{b}{(b-1)} \right] \left[\frac{Vt - \sum Vi}{Vt} \right]$$

Keterangan:

α = *Cronbach Alpha*

b = Banyaknya butir angket

Vt = Varian skor total

Vi = Varian butir $i=1,2,\dots,n$

3.9. Metode Analisis Data

3.9.1. Analisis *Servqual*

Analisis *Servqual* dalam penelitian ini adalah analisis deskripsi variabel penelitian yang menggambarkan jawaban atau penilaian dari responden atas kuesioner yang

diberikan dan distribusi frekuensi responden dan analisis strategi pelayanan. Analisis *Servqual* ini akan menganalisis nilai *gap* antara kinerja dan kepentingan.

3.9.2. Analisis Kinerja dan Kepentingan (*Importance Performance Analysis*)

Metode *Importance Performance Analysis* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla & James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Latu & Everett, 2000). *Importance Performance Analysis* telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja.

Importance Performance Analysis mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. *Importance Performance Analysis* menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi. Dalam penelitian ini ada dua buah variabel yang diwakilkan oleh X dan Y, dimana X merupakan skor penilaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dan Y merupakan skor penilaian kepentingan konsumen. X (kepentingan) lebih besar atau sama besar dari Y (kinerja) maka konsumen puas tetapi apabila lebih kecil, maka konsumen tidak puas.

Rumus yang digunakan :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

TKi = Tingkat kesesuaian responden.

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan.

Yi = Skor penilaian kepentingan konsumen.

Maka untuk setiap atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu dengan rumus :

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

\bar{X} = Skor rata-rata kinerja atau pelaksanaan

\bar{Y} = Skor rata-rata kepentingan konsumen

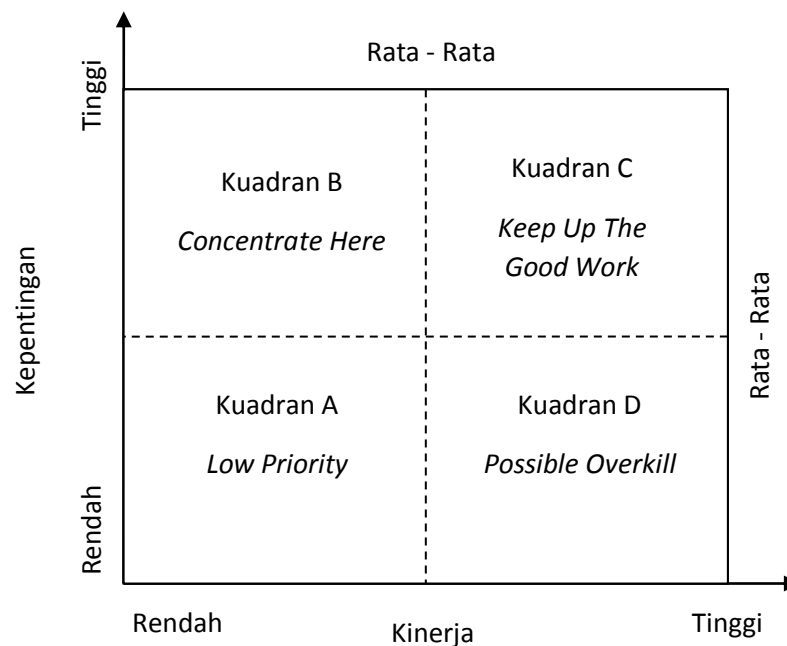
Penelitian terdapat empat faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga $K = 4$.

Rumus yang digunakan :

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum \bar{Xi}}{n} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum \bar{Yi}}{n}$$

K = banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi konsumen.

Importance Performance Analysis menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Interpretasi grafik *Importance Performance Analysis* sangat mudah, dimana grafik *Importance Performance Analysis* dibagi menjadi 4 (empat) buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *Importance-Performance* sebagaimana terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1

Matrik Importance Performance Analysis

Merujuk Gambar 1 dari penerapan *Importance Performance Analysis* dihasilkan empat kuadran yang berisi empat kemungkinan kelompok aspek-aspek yang diteliti, yaitu sebagai berikut ini :

- a. Kuadran A, “*Low priority*”: Baik skor tingkat kepentingan maupun kinerja bernilai rendah. Aspek-aspek yang termasuk ke dalam kelompok ini dapat diabaikan dari perhatian manajemen di masa-masa mendatang.
- b. Kuadran B, “*Concentrate here*”: Memiliki skor yang tinggi dari sisi tingkat kinerja namun memiliki skor yang rendah dari sisi kepentingan. Hasil ini menunjukkan letak kurang puasny para pelanggan.
- c. Kuadran C, “*Keep up the good work*”: Memiliki skor yang tinggi baik dari sisi tingkat kepentingan maupun kinerjanya. Aspek-aspek pada kategori ini

merupakan aspek-aspek yang ideal, karena ini menunjukkan bahwa organisasi memiliki keunggulan di bidang-bidang yang di anggap penting oleh pelanggan.

- d. Kuadran D, "*Possible overkill*": Skor tingkat kepentingan tinggi namun skor kinerja rendah. Hasil menunjukkan bahwa organisasi terlalu banyak terfokus pada aspek-aspek yang berdampak kecil terhadap kepuasan pelanggan, sehingga sumberdaya yang semula dialokasikan pada aspek-aspek lain yang memiliki skor tingkat kepentingan tinggi namun kinerjanya rendah.

Secara umum, langkah-langkah *Importance Performance Analysis* adalah sebagai berikut ini (Magal & Lavenburg, 2005).

- 1) Pertama, mengidentifikasi elemen-elemen/aspek-aspek kritis yang akan dievaluasi.
- 2) Kedua, mengembangkan instrumen survei yang digunakan untuk mendapatkan penilaian tingkat kepentingan serta kinerja dari elemen-elemen/aspek-aspek yang diperoleh di langkah [1].
- 3) Ketiga, menghitung nilai rata-rata tingkat kepentingan serta kinerja masing-masing elemen.
- 4) Keempat, rata-rata nilai tingkat kepentingan serta kinerja tersebut kemudian diplot ke dalam matrik dua dimensi; biasanya sumbu vertikal mewakili nilai rata-rata tingkat kepentingan dan sumbu horizontal mewakili nilai rata-rata kinerja.

Ada dua macam metode untuk menampilkan data *Importance Performance Analysis* yaitu : pertama menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai-nilai pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan dengan tujuan untuk mengetahui secara umum penyebaran data terletak pada kuadran berapa, kedua menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata hasil pengamatan pada

sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan dengan tujuan untuk mengetahui secara spesifik masing-masing faktor terletak pada kuadran berapa. Metode yang kedua lebih banyak dipergunakan oleh para peneliti.

BAB IV
ANALISIS DATA

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah instrument penelitian benar-benar mampu mengukur konstruk yang digunakan. Untuk memperoleh validitas kuesioner, usaha dititikberatkan pada pencapaian validitas isi. Validitas tersebut menunjukkan sejauh mana perbedaan yang diperoleh dengan instrument pengukuran merefleksikan perbedaan sesungguhnya pada responden yang diteliti. Pengujian validitas ini dilakukan dengan bantuan program software SPSS dengan membandingkan nilai r_{tabel} dengan r_{hitung} (r_{x-y}) pada taraf signifikansi 5%. Nilai r_{tabel} dengan jumlah responden sebanyak 100 responden diperoleh nilai sebesar 0.195. Nilai sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Hasil uji validitas dapat dilihat dalam tabel seperti dibawah ini

TABEL 4 1

Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r_{hitung} Kinerja	r_{hitung} Kepentingan	r_{tabel}	Kesimpulan
Reliability	1	0.858	0,806	0.195	Valid
	2	0.848	0,912		Valid
	3	0.830	0,900		Valid
	4	0,727	0,821		Valid
Responsiveness	1	0.870	0,943	0.195	Valid
	2	0.863	0,963		Valid
	3	0.790	0,953		Valid
Assurance	1	0.813	0,904	0.195	Valid

	2	0.884	0,872		Valid
	3	0.834	0,754		Valid
	4	0.767	0,814		Valid
Emphaty	1	0.759	0,783	0.195	Valid
	2	0.792	0,721		Valid
	3	0,876	0,840		Valid
	4	0.879	0,790		Valid
	5	0,472	0,770		
Tangibel	1	0,875	0,905	0.195	Valid
	2	0.873	0,929		Valid
	3	0,850	0,842		Valid
	4	0,383	0,870		Valid

Sumber : Data Diolah

Seperti dikemukakan diatas bahwa, bila koefisien korelasi sama dengan koefisien korelasi kritis ($r_{\text{tabel}} = 0.195$) atau lebih, maka butir instrumen dinyatakan valid. Dan hasil uji validitas tersebut ternyata koefisien korelasi semua butir instrumen pernyataan variabel penelitian dapat dinyatakan valid sehingga pertanyaan-pertanyaan yang tertuang dalam angket penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.1.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat konsistensi terhadap instrumen-instrumen yang mengukur konsep. Reliabilitas merupakan syarat untuk tercapainya validitas suatu kuesioner dengan tujuan tertentu. Dalam mengukur reliabilitas alat pengukuran yang digunakan adalah Teknik Alpha Cronbach. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan reliable. Jika *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,6 maka jawaban dari

para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan tidak reliabel (Ghozali, 2005).

TABEL 4 2

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alfa Kinerja	Nilai Cronbach Alfa Kepentingan	Kesimpulan
<i>Reliability</i>	0.829	0,822	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0.794	0,949	Reliabel
<i>Assurance</i>	0.840	0,857	Reliabel
<i>Emphaty</i>	0.816	0,841	Reliabel
<i>Tangibles</i>	0.725	0,903	Reliabel

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument penelitian dapat dinyatakan reabel / handal dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.. Artinya kuisioner ini memiliki hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran dalam waktu dan model atau desain yang berbeda.

4.2 Analisis Deskriptif Responden

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok laki-laki dan perempuan. Hasil analisis data ini diperoleh presentase responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut :

TABEL 4 3

Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
Laki-laki	54	54%
Perempuan	46	46%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden dibedakan menjadi dua kategori yaitu laki-laki dan perempuan. Pengumpulan data yang dilakukan menghasilkan data responden laki-laki sebanyak 54 orang atau 54% dan perempuan sebanyak 46 orang atau 46%. Dengan demikian, responden terbanyak adalah laki-laki dengan 54%.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada table berikut :

TABEL 4 4

Usia Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
< 30 tahun	50	50%
31 – 40 tahun	33	33%
41 – 50 tahun	12	12%
> 51 tahun	5	5%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa responden dibedakan menjadi empat kategori yaitu kurang dari 30 tahun, 31 sampai 40 tahun, 41 sampai 50 tahun dan lebih dari 51 tahun. Dari hasil analisis deskriptif di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah mereka dengan usia < 20 tahun sebesar 50 responden atau 50 %.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan jenjang pendidikan adalah sebagai berikut :

TABEL 4 5

Jenjang Pendidikan Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
SD	0	0%
SMP	0	0%
SMA	29	29%
D3	30	30%
S1	39	39%
S2/S3	2	2%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa responden terbagi menjadi enam kategori SD, SMP, SMA, Diploma (D3), Strata 1 (S1), dan Strata 2/Strata 3 (S3). Pengumpulan data yang telah dilakukan menghasilkan data responden mayoritas adalah responden yang berpendidikan S1 yaitu sebesar 39%.

4.3 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian

Berdasarkan data yang dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui deskriptif jawaban terhadap masing-masing variabel.

Penilaian responden ini didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

Skor penilaian terendah adalah : 1

Skor penilaian tertinggi adalah : 4

$$\text{Interval} = \frac{4-1}{4} = 0.75$$

Sehingga diperoleh batasan penilaian terhadap masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,74 = Sangat Tidak puas

1,75 – 2,49 = Tidak puas

2,50 – 3,24 = Puas

3,24 – 4,00 = Sangat Puas

4.3.1 Analisis Penilaian Variabel Penelitian Persepsi Responden Terhadap Kinerja Kualitas Layanan

a. Reliability

Hasil penilaian responden terhadap variable reliability adalah sebagai berikut :

TABEL 4 6

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Reliability

Atribut Reliability	Persepsi	Kriteria
Ketepatan waktu keberangkatan	3,06	Puas
Ketepatan waktu sampai ditujuan	2,92	Puas
Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu	2,94	Puas

Keandalan sarana otomatis	2,80	Puas
Rata-rata	2,93	Puas

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 2,93 dan nilai tersebut kategori setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable reliability adalah setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel reliability tertinggi adalah pada indikator Ketepatan waktu keberangkatan dengan rata – rata sebesar 3,06 dan penilaian terendah adalah pada indikator Keandalan sarana otomatis yaitu dengan rata – rata sebesar 2,90

c. Responsiveness

Hasil penilaian responden terhadap variable responsiveness adalah sebagai berikut :

TABEL 4 7

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Responsiveness

Atribut Responsiveness	Persepsi	Kriteria
Kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan konsumen	2,80	Puas
Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan penumpang	2,79	Puas
Kemampuan karyawan dalam memenuhi semua keluhan penumpang	3,25	Puas
Rata-rata	2,95	Puas

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 2,95 dan nilai tersebut kategori setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable responsiveness adalah setuju.

Sedangkan penilaian responden pada variabel responsiveness tertinggi adalah pada indikator Kemampuan karyawan dalam memenuhi semua keluhan penumpang sebesar 3,25 dan penilaian terendah adalah pada indikator Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan penumpang yaitu dengan rata – rata sebesar 3,25.

c. Assurance

Hasil penilaian responden terhadap variable assurance adalah sebagai berikut :

TABEL 4 8

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Assurance

Atribut Assurance	Persepsi	Kriteria
Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya	2,84	Puas
Karyawan bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang	2,90	Puas
Karyawan bertanggung jawab terhadap keselamatan jiwa penumpang	2,85	Puas
Keamanan penerbangan (<i>safety flight</i>)	2,93	Puas
Rata-rata	2,88	Puas

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 2,88 dan nilai tersebut kategori setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable assurance adalah setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel assurance tertinggi adalah pada indikator terdapat Keamanan penerbangan (*safety flight*) sebesar 2,88 dan penilaian terendah adalah pada indikator Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya yaitu dengan rata – rata sebesar 2,84.

d. Emphaty

Hasil penilaian responden terhadap variable emphaty adalah sebagai berikut:

TABEL 4 9

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Emphaty

Atribut Emphaty	Persepsi	Kriteria
Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang	3,12	Puas
Pelayanan yang ramah dan sopan	2,95	Puas
Karyawan maskapai memberikan kesan yang baik kepada penumpang	2,88	Puas
Pelayanan yang tidak membedakan kelas	2,85	Puas
Karyawan mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan penumpang	2,82	Puas
Rata-rata	2,92	Puas

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 2,92 dan nilai tersebut kategori setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable emphaty adalah setuju. Sedangkan penilaian respoden pada variabel emphaty tertinggi adalah pada indikator Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang sebesar 3,12 dan penilaian terendah adalah pada indikator Karyawan mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan penumpang yaitu dengan rata – rata sebesar 2,82

e. Tangibles

Hasil penilaian responden terhadap variable tangibles adalah sebagai berikut:

TABEL 4 10

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Tangibles

Atribut Tangibles	Persepsi	Kriteria
Kerapian penampilan karyawan	3,04	Puas
Tersedianya fasilitas AC, Toilet, dan TV yang baik.	2,91	Puas
Maskapai memiliki ruang tunggu yang nyaman.	3,01	Puas
Layanan ekstra lainnya maskapai	2,87	Puas
Rata-rata	2,96	Puas

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 2,96 dan nilai tersebut kategori setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable tangibles adalah setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel tangibles tertinggi adalah pada indikator Kerapian penampilan karyawan dengan rata – rata sebesar 3,04 dan penilaian terendah adalah pada indikator Layanan ekstra lainnya maskapai yaitu dengan rata – rata sebesar 2,87.

4.3.2 Analisis Penilaian Variabel Penelitian Kepentingan Responden Terhadap Kualitas Layanan

a. Reliability

Hasil penilaian responden terhadap variable reliability adalah sebagai berikut :

TABEL 4 11

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Reliability

Atribut Reliability	Persepsi	Kriteria
Ketepatan waktu keberangkatan	2,78	Puas
Ketepatan waktu sampai ditujuan	2,89	Puas
Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu	2,89	Puas
Keandalan sarana otomatis	2,77	Puas
Rata-rata	2,83	Puas

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 2,83 dan nilai tersebut kategori setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable reliability adalah setuju. Sedangkan penilaian respoden pada variabel reliability tertinggi adalah pada indikator Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu dan Ketepatan waktu sampai ditujuan dengan rata – rata sebesar 2,89 dan penilaian terendah adalah pada indikator Keandalan sarana otomatis yaitu dengan rata – rata sebesar 2,77

c. Responsiveness

Hasil penilaian responden terhadap variable responsiveness adalah sebagai berikut :

TABEL 4 12

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Responsiveness

Atribut Responsiveness	Persepsi	Kriteria
Kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan konsumen	2,79	Puas
Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan penumpang	2,76	Puas
Kemampuan karyawan dalam memenuhi semua keluhan	2,78	Puas

penumpang		
Rata-rata	2,78	Puas

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 2,78 dan nilai tersebut kategori setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable responsiveness adalah setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel responsiveness tertinggi adalah pada indikator Kemampuan karyawan dalam memenuhi semua keluhan penumpang sebesar 3,25 dan penilaian terendah adalah pada indikator Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan penumpang yaitu dengan rata – rata sebesar 3,25.

c. Assurance

Hasil penilaian responden terhadap variable assurance adalah sebagai berikut :

TABEL 4 13

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Assurance

Atribut Assurance	Persepsi	Kriteria
Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya	2,84	Puas
Karyawan bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang	2,80	Puas
Karyawan bertanggung jawab terhadap keselamatan jiwa penumpang	2,82	Puas
Keamanan penerbangan (<i>safety flight</i>)	2,88	Puas
Rata-rata	2,84	Puas

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 2,88 dan nilai tersebut kategori setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable assurance adalah setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel assurance tertinggi adalah pada indikator terdapat Keamanan penerbangan (*safety flight*) sebesar 2,88 dan penilaian terendah adalah pada indikator Karyawan bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang yaitu dengan rata – rata sebesar 2,80.

d. Emphaty

Hasil penilaian responden terhadap variable emphaty adalah sebagai berikut:

TABEL 4 14

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Emphaty

Atribut Emphaty	Persepsi	Kriteria
Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang	3,09	Puas
Pelayanan yang ramah dan sopan	2,79	Puas
Karyawan maskapai memberikan kesan yang baik kepada penumpang	2,85	Puas
Pelayanan yang tidak membedakan kelas	2,84	Puas
Karyawan mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan penumpang	2,81	Puas
Rata-rata	2,88	Puas

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 2,88 dan nilai tersebut kategori setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable emphaty adalah setuju. Sedangkan

penilaian responden pada variabel empathy tertinggi adalah pada indikator Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang sebesar 3,09 dan penilaian terendah adalah pada indikator Pelayanan yang ramah dan sopan yaitu dengan rata – rata sebesar 2,79

e. Tangibles

Hasil penilaian responden terhadap variable tangibles adalah sebagai berikut:

TABEL 4 15

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Tangibles

Atribut Tangibles	Persepsi	Kriteria
Kerapian penampilan karyawan	2,78	Puas
Tersedianya fasilitas AC, Toilet, dan TV yang baik.	2,79	Puas
Maskapai memiliki ruang tunggu yang nyaman.	2,92	Puas
Layanan ekstra lainnya maskapai	2,83	Puas
Rata-rata	2,83	Puas

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 2,83 dan nilai tersebut kategori setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable tangibles adalah setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel tangibles tertinggi adalah pada indikator Maskapai memiliki ruang tunggu yang nyaman dengan rata – rata sebesar 2,92 dan penilaian terendah adalah pada indikator Kerapian penampilan karyawan yaitu dengan rata – rata sebesar 2,78

4.4 Analisis Servqual

Analisis *Servqual* dalam penelitian ini adalah analisis deskripsi variabel penelitian yang menggambarkan jawaban atau penilaian dari responden atas kuesioner yang diberikan dan distribusi frekuensi responden dan analisis strategi pelayanan. Analisis *Servqual* ini akan menganalisis nilai *gap* antara kinerja dan kepentingan.

4.4.1 Importance Performance Analysis

Metode *Importance Performance Analysis* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla & James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Latu & Everett, 2000). *Importance Performance Analysis* telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja.

Importance Performance Analysis mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. *Importance Performance Analysis* menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi. Dalam penelitian ini ada dua buah variabel yang diwakilkan oleh X dan Y, dimana X merupakan skor penilaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dan Y merupakan skor penilaian kepentingan konsumen. X (kepentingan) lebih besar atau sama besar dari Y (kinerja) maka konsumen puas tetapi apabila lebih kecil, maka konsumen tidak puas. Hasil analisis *Importance Performance Analysis* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

TABEL 4 16

Hasil Analisis IPA

Atribut	Kinerja	Kepentingan	IPA	Keterangan
Reliability				
Ketepatan waktu keberangkatan	3,06	2,78	110,07%	Puas
Ketepatan waktu sampai ditujuan	2,92	2,89	101,04%	Puas
Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu	2,94	2,89	101,73%	Puas
Keandalan sarana otomatis	2,8	2,77	101,08%	Puas
Rata-rata	2,93	2,83	103,53%	Puas
Responsiveness				
Kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan konsumen	2,8	2,79	100,36%	Puas
Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan penumpang	2,79	2,76	101,09%	Puas
Kemampuan karyawan dalam memenuhi semua keluhan penumpang	3,25	2,78	116,91%	Puas
Rata-rata	2,95	2,78	106,12%	Puas
Assurance				

Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya	2,84	2,84	100,00%	Netral
Karyawan bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang	2,9	2,8	103,57%	Puas
Karyawan bertanggung jawab terhadap keselamatan jiwa penumpang	2,85	2,82	101,06%	Puas
Keamanan penerbangan (<i>safety flight</i>)	2,93	2,88	101,74%	Puas
Rata-rata	2,88	2,84	101,41%	Puas
Emphaty				
Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang	3,12	3,09	100,97%	Puas
Pelayanan yang ramah dan sopan	2,95	2,79	105,73%	Puas
Karyawan maskapai memberikan kesan yang baik kepada penumpang	2,88	2,85	101,05%	Puas
Pelayanan yang tidak membedakan kelas	2,85	2,84	100,35%	Puas
Karyawan mampu melakukan komunikasi yang efektif	2,82	2,81	100,36%	Puas

dengan penumpang				
Rata-rata	2,92	2,88	101,39%	Puas
Emphaty				
Kerapian penampilan karyawan	3,04	2,78	109,35%	Puas
Tersedianya fasilitas AC, Toilet, dan TV yang baik.	2,91	2,79	104,30%	Puas
Maskapai memiliki ruang tunggu yang nyaman.	3,01	2,92	103,08%	Puas
Layanan ekstra lainnya maskapai	2,87	2,83	101,41%	Puas
Rata-rata	2,96	2,83	104,59%	Puas
Rata-rata	2,93	2,83	103,39%	Puas

Sumber : Data Diolah

Analisis ini dilakukan untuk mengukur kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap perusahaan, berdasarkan 20 item atau atribut yang berkaitan dengan kualitas pelayanan. Dalam perhitungan skor servqual, 20 pernyataan dalam kuesioner yang mewakili harapan dan pernyataan persepsi dikelompokkan dan dihubungkan sesuai dengan lima dimensi seperti yang disebutkan sebelumnya.

Dalam tabel, nilai IPA < 100% menunjukkan bahwa pelanggan merasa bahwa tingkat layanan yang disediakan oleh perusahaan tidak memenuhi harapan mereka. Di sisi lain, nilai IPA > 100% menunjukkan bahwa pelanggan merasa bahwa tingkat kualitas pelayanan melebihi harapan mereka. Sebuah perbandingan persepsi nasabah mengenai kualitas layanan dengan harapan mereka, menunjukkan perbedaan yang signifikan secara statistik pada semua 20 item pertanyaan. Dari hasil analisis IPA di atas, nilai seluruh indikator > 100% sehingga seluruh indikator sudah dapat memberikan kepuasan bagi konsumen kecuali indikator

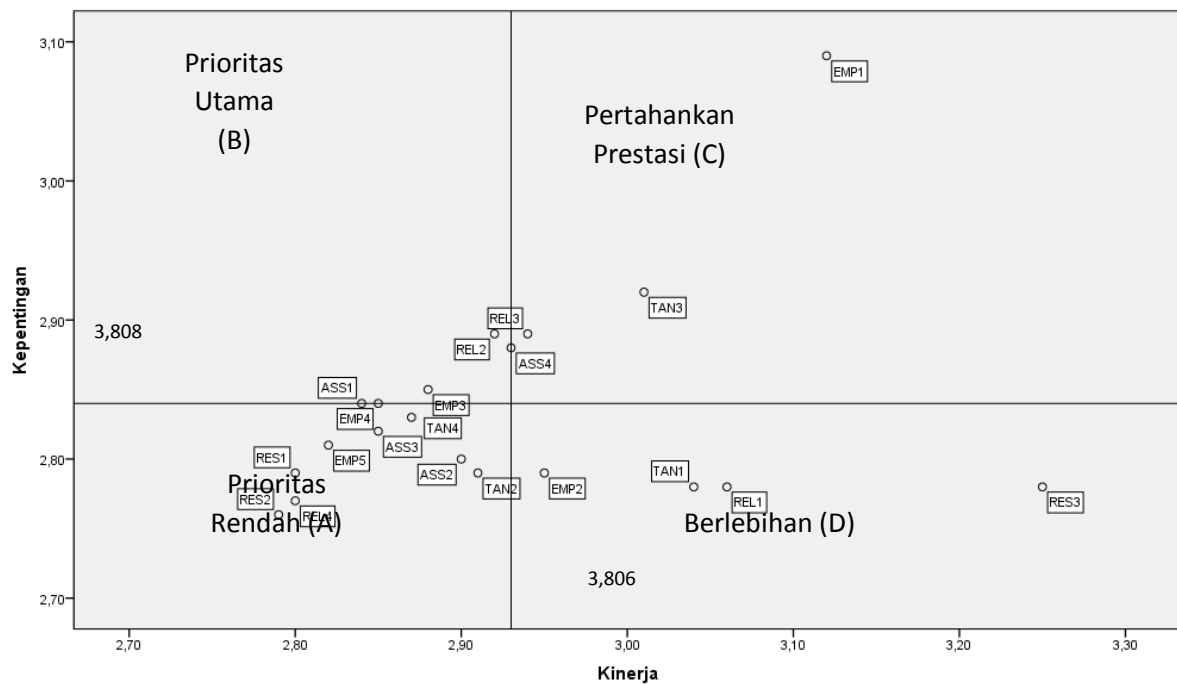
“Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya” dalam keadaan netral. Secara keseluruhan, nilai Gap skor lima dimensi adalah 103,39% yang menunjukkan bahwa, kualitas keseluruhan layanan yang disediakan oleh perusahaan sudah memenuhi ekspektasi pelanggan.

4.4.2 Diagram Kartesius

Importance Performance Analysis menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Interpretasi grafik *Importance Performance Analysis* sangat mudah, dimana grafik *Importance Performance Analysis* dibagi menjadi 4 (empat) buah kuadran.

Gambar 4.1

Hasil Analisis Diagram Kartesius



Dari gambar diagram kartesius terlihat bahwa letak dari variabel-variabel kualitas layanan jasa terbagi dalam beberapa kuadran. Dari hasil analisis diagram kartesius, dapat diketahui posisi dari tingkat harapan pelanggan dengan kinerja kualitas layanan yang diberikan perusahaan. Hasil interpretasi dari posisi tingkat kepentingan pelanggan dengan kinerja kualitas layanan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran A, “*Low priority*”: Baik skor tingkat kepentingan maupun kinerja bernilai rendah.

Aspek-aspek yang termasuk ke dalam kelompok ini dapat diabaikan dari perhatian manajemen di masa-masa mendatang. Atribut kualitas pelayanan pada kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh konsumen, perusahaan melaksanakannya biasa-biasa saja sehingga belum perlu memperbaiki kinerja (prioritas rendah). Indikator-indikator yang berada di dalam kuadran ini adalah Ketepatan waktu sampai ditujuan, Keandalan sarana otomatis, Kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan konsumen, Karyawan bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang, Karyawan bertanggung jawab terhadap keselamatan jiwa penumpang, Pelayanan yang tidak membedakan kelas, Tersedianya fasilitas AC, Toilet, dan TV yang baik. dan Layanan ekstra lainnya maskapai. Hal ini mengindikasikan bahwa pada kuadran A nilai tingkat kinerja kualitas pelayanan dan nilai tingkat harapan pelanggan juga rendah maka variabel yang masuk kuadran A mendapatkan prioritas rendah karena harapan konsumen tidak tinggi.

Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan adalah memberikan perhatian dan pengelolaan yang serius pada atribut yang masuk dalam kuadran ini, karena ketidakpuasan pelanggan pada umumnya berawal dari atribut-atribut ini. Sikap ramah, perhatian kepada setiap pelanggan tanpa membeda-bedakan status harus ditanamkan pada diri karyawan sehingga pelanggan akan merasa diperhatikan, dan mendapat perlakuan khusus dari karyawan

2. Kuadran B menunjukkan menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan dengan tingkat kepentingan pelanggan yang tinggi sedangkan tingkat kinerja kualitas pelanggan dinilai rendah sehingga kepuasan konsumen rendah (prioritas utama). Indikator-Indikator yang masuk dalam kuadran ini adalah Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu, Ketepatan waktu sampai ditujuan, Karyawan maskapai memberikan kesan yang baik kepada penumpang, Pelayanan yang tidak membedakan kelas, Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya. Hal ini berarti bahwa konsumen memberikan penilaian kepentingan yang dirasakan tinggi dan nilai kualitas pelayanan yang tinggi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa konsumen mempunyai kepentingan yang tinggi terhadap tingkat kinerja pelayanan di perusahaan namun yang dirasakan responden tidak setinggi tingkat kepentingannya dan responden merasa belum puas dengan pelayanan yang diberikan. Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan harus memprioritaskan pada peningkatan kinerja atau *performance* pada katribut ini yaitu dengan cara meningkatkan SDM sehingga karyawan yang bekerja tidak hanya memiliki kemampuan pada bidang teknis saja tetapi karyawan juga mampu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, sehingga karyawan mampu memberikan penanganan dan mengatasi masalah-masalah yang ada. Langkah yang dilakukan misalnya dengan merekrut tenaga ahli yang telah berpengalaman sehingga akan kecil kemungkinannya terhadap kesalahan yang ada.
3. Kuadran C menunjukkan menunjukkan atribut-atribut tingkat harapan pelanggan dan tingkat kinerja kualitas pelayanan yang sama-sama tinggi sehingga konsumen merasakan kepuasan. Hal ini menuntut perusahaan untuk mempertahankan posisinya (pertahankan prestasi). Indikator-indikator yang masuk dalam kuadran ini adalah Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu, Keamanan penerbangan (*safety flight*), Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang, Maskapai memiliki ruang tunggu yang nyaman. Dengan tingginya nilai tingkat harapan pelanggan dan tingginya pula nilai tingkat kinerja

kualitas pelayanan maka variabel yang masuk dalam kuadran B haruslah dipertahankan akan lebih baik bila ditingkatkan hingga menyentuh nilai kepentingan konsumen.

Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan harus dapat mempertahankan atribut yang masuk dalam kuadran ini yang telah dinilai oleh pelanggan sebagai pelayanan yang memuaskan. Hal ini memang telah dilakukan oleh pihak perusahaan, sehingga perusahaan harus mengedepankan keprofesionalan karyawan, dan kecepatan karyawan dalam melayani karyawan. Selain itu pihak manajemen hendaknya menyediakan produk yang bervariasi dan ditunjang teknologi terbaru sehingga mampu memberikan hasil kerja yang optimal.

4. Kuadran D menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki harapan rendah sedangkan tingkat kinerjanya tinggi. Dalam pelaksanaan atribut ini dirasakan terlalu berlebihan padahal konsumen menganggapnya kurang penting (berlebihan). Berdasarkan analisis diagram kartesius indikator-indikator yang berada dalam kuadran ini adalah Pelayanan yang ramah dan sopan, Kerapian penampilan karyawan, Ketepatan waktu keberangkatan.

Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan harus mempertimbangkan kembali atribut yang masuk dalam kuadran ini karena dirasakan terlalu berlebihan. Untuk itu sebaiknya kinerja yang ada pada kedua atribut diatas tidak perlu terlalu tinggi, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak begitu mementingkan pelayanan pada atribut tersebut. Usaha peningkatan kualitas pelayanan dialihkan pada beberapa atribut yang dirasa sangat dipentingkan oleh pelanggan tetapi kinerjanya masih terasa kurang yaitu atribut-atribut yang berada pada kuadran A.

4.5 Pembahasan

Secara keseluruhan, nilai IPA skor lima dimensi sudah diatas 100%, yang menunjukkan bahwa, kualitas keseluruhan layanan yang disediakan oleh perusahaan sudah memenuhi ekspektasi pelanggan.

Hal ini berarti perusahaan harus mampu meningkatkan kualitas layanan yang terdiri dari tangible, reliability, assurance, empathy, dan responsiveness. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. Bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan. Karena dengan bukti fisik yang baik maka harapan konsumen menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek wujud fisik yang paling tepat, yaitu masih memberikan impresi positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan kepada konsumen.

Oleh karena itu merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek wujud fisik yang paling tepat, yaitu masih memberikan impresi positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan. Hubungan wujud fisik dengan kepuasan konsumen adalah wujud fisik mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap wujud fisik maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi dan jika persepsi konsumen terhadap wujud fisik buruk, maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah (Tjiptono, 2007).

Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas perusahaan

Hubungan kehandalan dengan kepuasan konsumen adalah kehandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kehandalan perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi dan jika persepsi konsumen terhadap kehandalan buruk, maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.

Responsiveness yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi serta penanganan keluhan pelanggan. Tanggapan (*responsiveness*) merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas dan membiarkan konsumen menunggu merupakan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan (Kotler, 2003).

Ada satu hal yang sering membuat pelanggan kecewa, yaitu pelanggan sering dipingpong saat membutuhkan informasi. Dari staf yang satu dioper ke staf yang lain kemudian staf yang lain tidak mengetahui atau menjawab hal apa yang diinginkan oleh pelanggan. Sungguh pelayanan yang tidak tanggap dan pasti akan membuat pelanggan merasa tidak puas. Daya tanggap / ketanggapan yang diberikan oleh perusahaan dengan baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Keyakinan (*assurance*) merupakan pengetahuan terhadap produk secara tepat, kesopansantunan karyawan dalam memberi pelayanan, ketrampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dan kemampuan dalam menanamkan

kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap perusahaan. Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan dapat menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

Karyawan yang memiliki pengetahuan yang luas sehingga dapat menjawab pertanyaan dari konsumen. Jaminan (*assurance*) yang mencakup pengetahuan dan ketrampilan karyawan dalam melayani kebutuhan pelanggan, etika para pegawai, dan jaminan keamanan dari perusahaan. Adanya jaminan keamanan dari suatu perusahaan akan membuat pelanggan merasa aman dan tanpa ada rasa ragu-ragu untuk melakukan rekreasi, disamping itu jaminan dari suatu perusahaan akan berpengaruh pada kepuasan konsumen karena apa yang diinginkan pelanggan dapat dipenuhi oleh perusahaan yaitu dengan pengetahuan dan ketrampilan dari karyawan tersebut. Kesopanan dan keramahan dari pegawai akan membuat pelanggan merasa dihargai sehingga mereka puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan

Jaminan (*assurance*) meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuannya terhadap produk secara tepat, keramahtamahan, perhatian dan kesopanan, ketrampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau pun keraguan.

Empathy merupakan perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan berifat individual atau pribadi yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang

pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Perusahaan yang perhatian yang tulus sifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Pemahaman kebutuhan akan pelanggan tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan kepedulian yaitu perhatian khusus atau individu terhadap segala kebutuhan dan keluhan pelanggan, dan adanya komunikasi yang baik antara karyawan dengan pelanggan. Dengan adanya perhatian khusus dan komunikasi yang baik dari karyawan atas pelanggan akan berpengaruh juga pada kepuasan pelanggan, karena pelanggan akan merasa diperhatikan oleh perusahaan yaitu apa yang dibutuhkan dan dikeluhkannya ditanggapi secara baik oleh pihak perusahaan

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Tingkat kebutuhan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta adalah sebesar 2,83. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dalam kondisi baik
2. Tingkat kinerja kualitas pelayanan pada Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta adalah sebesar 2,93. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dalam kondisi baik.
3. Tingkat kesesuaian antara *Importance-Performance* kualitas pelayanan Maskapai Nam Air di *International Air Port* Adi Soeipto Yogyakarta dengan metode *Importance-Performance Analisis* adalah sebesar 103,39%. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen >100% yang berarti kualitas pelayanan sudah memenuhi harapan konsumen

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis, maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan hendaknya memprioritaskan variabel-variabel yang berada pada kuadran B, yaitu dengan cara meningkatkan SDM sehingga karyawan yang bekerja tidak hanya memiliki kemampuan pada bidang teknis saja tetapi karyawan juga mampu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, sehingga karyawan mampu memberikan penanganan dan mengatasi masalah-masalah yang ada. Langkah yang

dilakukan misalnya dengan merekrut tenaga ahli yang telah berpengalaman sehingga akan kecil kemungkinannya terhadap kesalahan yang ada.

2. Sebaiknya pihak perusahaan harus dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah memberikan kepuasan bagi pelanggan terutama pada dimensi assurance karena meruoakan dimensi terendah yang dinilai konsumen.

REFERENSI

- Berry L.L., VA Zeithaml, & A Parasuraman. 1990. Five Imperatives for Improving Service Quality, *Sloan Management Review*, Summer 29-38.
- Chao, Ching-Cheng, Hung-Chun Lin, dan Chien-Yu Chen, 2013, Enhancing Airport Service Quality: A Case Study of Kaohsiung International Airport, *Proceedings of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, Vol.9.
- Chang-His, Yu, Hsiu-Chen Chang, dan Gow-Liang Huang, 2006, A Study of Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Taiwanese Leisure Industry, *The Journal of Academy of Business*, Cambridge* Vol. 9 *Num.1.
- Gasperz, V. 1997. *Manajemen Kualitas. Penerapan Konsep-konsep Kualitas dalam Manajemen Bisnis Total*. Jakarta: Yayasan Indonesia Emas and PT Gramedia Pustaka Utama.
- George, Igy, 2013, Importance-Performance Analysis of Airport Facilities-A Case Study of Cochin International Airport Limited, *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*, Volume 17, Issue 4, PP 09-15 e-ISSN: 2279-0837, p-ISSN: 2279-0845.
- Kotler P. & Garry Armstrong. 2008. *Principles of Marketing* 12th edition Prentice Hall International by Pearson Education.
- Kotler, Philip, Alih Bahasa Teguh, Hendra, dkk., 2005, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid Satu, Jakarta : Prenhallindo.
- Latu, Tavite M., dan Andre M. Everett, 2000, *Review of Satisfaction Research and Measurement Approaches*, Department of Conservation, Wellington, New Zealand.
- Lovelock, Christopher H., 1999, *Services Marketing: Tehnology, People Strategy*, Second Edition, USA, Prentice Hall International.

- Martilla, J. A. dan John C., James, 1977, Importance-Performance Analysis, *Journal of Marketing*, Vol. 41, No. 1 pp. 77-79.
- Mintzberg, Henry, 2007, *Tracking Strategies : Toward a General Theory*, Oxford University Press Inc., New York.
- Parasuraman A, VA Zeithaml, & LL Berry, 1996, A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, 49; 41-50.
- Rahayu, Sri, 2005, *SPSS Versi 12.00, Dalam Riset*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Rangkuti, Freddy, 2009, *Riset Pemasaran*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Resohadiprodjo, Sukanto dan Indriyo Gitosudarmo, 1997. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Santoso, Singgih, 2017, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Elek Media Komputindo.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, 2010, *Research Method For Business: A Skill Building Approach*, Edisi 5, John Wiley @ Sons, New York.
- Subagio, Hartono dan Robin Saputra, 2012, Perceived Service Quality, Perceived Value, Satisfaction dan Image terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Garuda Indonesia), *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 7, No. 1, pp. 42-52 ISSN 1907-235X .
- Stanton, William J., 1993, *Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tannady, Hendy, Billy Andrea, Filscha Nurprihatin, dan Mirna Lusiani, 2017, Analisis Kualitas Jasa pada Maskapai Penerbangan Rute Domestik Tarif Menengah ke bawah

dengan Menggunakan Metode *Servqual* dan Metode *Importance And Performance Analysis*, Prosiding SNATIF Ke-4, ISBN: 978-602-1180-50-1.

Tjiptono, Fandy, 2007, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2004, *Service, Quality & Satisfaction*, Jakarta: Andi.

Wardhani, Estie Kusuma, 2006, Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Jasa Penerbangan (Studi Kasus Pada Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Semarang - Jakarta), *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, Volume 3, Nomor 1, Halaman 40.

Yamit, Zulian, 1998. *Manajemen Persediaan*. Yogyakarta: Penerbit Ekonisia. Fakultas Ekonomi UII.

_____, 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Ekonisia. Fakultas Ekonomi UII.

https://id.wikipedia.org/wiki/Nam_Air

LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER

Data Pribadi

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan
3. Usia :
4. Pendidikan :

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Mohon dengan hormat, bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini.
2. Berilah tanda centang (√) pernyataan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia.
3. Ada (lima) pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan *Performance* (kinerja/dirasakan), yaitu:
 - Sangat Setuju (SS)
 - Setuju (S)
 - Cukup Setuju (CS)
 - Tidak Setuju (TS)
 - Sangat Tidak Setuju (STS)

4. Ada (EMPAT) pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan

Importance (kepentingan/kebutuhan), yaitu:

- Sangat Penting (SP)
- Penting (P)
- Tidak Penting (TP)
- Sangat Tidak Penting (STP)

No.	PERNYATAAN	<i>Performance</i>				<i>Importance</i>			
		(KINERJA/DIRASAKAN)				(KEPENTINGAN/KEBUT			
	VARIABEL TANGIBLES	Jawaban				Jawaban			
		SS	S	TS	STS	SP	P	TP	STP
1.	Kerapian penampilan karyawan								
2.	Tersedianya fasilitas AC, Toilet, dan TV yang baik.								
3.	Maskapai memiliki ruang tunggu yang nyaman.								
4.	Layanan ekstra lainnya maskapai								
	VARIABEL RELIABILITY (KEHANDALAN)	SS	S	TS	STS	SP	P	TP	STP
5.	Ketepatan waktu keberangkatan								
6.	Ketepatan waktu sampai ditujuan								
7.	Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu								
8.	Keandalan sarana otomatis								
	VARIABEL RESPONSIVENESS (DAYA	SS	S	TS	STS	SP	P	TP	STP
9.	Kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan								
10.	Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan penumpang								

11.	Kemampuan karyawan dalam memenuhi semua keluhan penumpang								
	VARIABEL ASSURANCE (JAMINAN)	SS	S	TS	STS	SP	P	TP	STP
12.	Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya								
13.	Karyawan bertanggung jawab terhadap keamanan barang penumpang								
14.	Karyawan bertanggung jawab terhadap keselamatan jiwa penumpang								
15.	Keamanan penerbangan (<i>safety flight</i>)								
	VARIABEL EMPHATY	SS	S	TS	STS	SP	P	TP	STP
16.	Memberikan perhatian secara individual kepada penumpang								
17.	Pelayanan yang ramah dan sopan								
18.	Karyawan maskapai memberikan kesan yang baik kepada penumpang								
19.	Pelayanan yang tidak membedakan kelas								
20.	Karyawan mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan penumpang								

Correlations

Notes

Output Created	26-JAN-2018 17:51:36	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	100
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=VAR00026 VAR00027 VAR00028 VAR00029 VAR00030 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,02

[DataSet0]

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	TOTAL
Y1.1	Pearson Correlation	1	,699**	,594**	,461**	,806**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	,699**	1	,775**	,667**	,912**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	,594**	,775**	1	,719**	,900**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	,461**	,667**	,719**	1	,821**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,806**	,912**	,900**	,821**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

Reliability

Notes

Output Created		26-JAN-2018 17:52:22
Comments		
	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
Input	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	100
	File	
	Matrix Input	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling		Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
	Cases Used	RELIABILITY /VARIABLES=VAR00026 VAR00027 VAR00028 VAR00029 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Syntax		
Resources	Processor Time	00:00:00,03
	Elapsed Time	00:00:00,05

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,882	4

Correlation

Notes

Output Created	26-JAN-2018 17:53:28
Comments	
Input	Active Dataset DataSet0
	Filter <none>
	Weight <none>
	Split File <none>
	N of Rows in Working Data 100
	File
	Definition of Missing User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
	Cases Used

Syntax		CORRELATIONS	
		/VARIABLES=VAR00031 VAR00032	
		VAR00033 VAR00034	
		/PRINT=TWOTAIL NOSIG	
		/MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time		00:00:00,00
	Elapsed Time		00:00:00,06

[DataSet0]

Correlations

		Y2.1	Y2.2	Y2.3	Total
	Pearson Correlation	1	,861	,833	,943
Y2.1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,861**	1	,892**	,963**
Y2.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,833**	,892**	1	,953**
Y2.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,943**	,963**	,953**	1
Total	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

Reliability

Notes

Output Created		26-JAN-2018 17:55:59
Comments		
	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
Input	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	100
	File	
	Matrix Input	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling		Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
	Cases Used	RELIABILITY /VARIABLES=VAR00031 VAR00032 VAR00033 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Syntax		
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,02

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,949	3

Correlations

Notes

Output Created	26-JAN-2018 17:56:19	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	100
	File	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=VAR00035 VAR00036 VAR00037 VAR00038 VAR00039 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00,05
	Elapsed Time	00:00:00,04

[DataSet0]

Correlations

		Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4	Total
Y3.1	Pearson Correlation	1	,888**	,535**	,601**	,904**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y3.2	Pearson Correlation	,888**	1	,451**	,578**	,872**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y3.3	Pearson Correlation	,535**	,451**	1	,540**	,754**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y3.4	Pearson Correlation	,601**	,578**	,540**	1	,814**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,904**	,872**	,754**	,814**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

Reliability

Notes

Output Created	26-JAN-2018 17:57:02	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>

	Split File	<none>	
	N of Rows in Working Data		100
	File		
	Matrix Input		
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.	
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.	
Syntax		RELIABILITY	
		/VARIABLES=VAR00035 VAR00036	
		VAR00037 VAR00038	
		/SCALE('ALL VARIABLES') ALL	
Resources	Processor Time		00:00:00,02
	Elapsed Time		00:00:00,02

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,857	4

Correlations

Notes

Output Created		26-JAN-2018 17:57:46
Comments		
	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
Input	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	100
	File	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling		Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
	Cases Used	
		CORRELATIONS
		/VARIABLES=VAR00040 VAR00041
		VAR00042 VAR00043 VAR00044
		VAR00045
		/PRINT=TWOTAIL NOSIG
		/MISSING=PAIRWISE.
	Processor Time	00:00:00,02
Resources	Elapsed Time	00:00:00,07

[DataSet0]

Correlations

		Y4.1	Y4.2	Y4.3	Y4.4	Y4.5	Total
Y4.1	Pearson Correlation	1	,629 ^{**}	,508 ^{**}	,443 ^{**}	,498 ^{**}	,783 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4.2	Pearson Correlation	,629 ^{**}	1	,398 ^{**}	,318 ^{**}	,507 ^{**}	,721 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4.3	Pearson Correlation	,508 ^{**}	,398 ^{**}	1	,817 ^{**}	,530 ^{**}	,840 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4.4	Pearson Correlation	,443 ^{**}	,318 ^{**}	,817 ^{**}	1	,475 ^{**}	,790 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4.5	Pearson Correlation	,498 ^{**}	,507 ^{**}	,530 ^{**}	,475 ^{**}	1	,770 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,783 ^{**}	,721 ^{**}	,840 ^{**}	,790 ^{**}	,770 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

Reliability

Notes

Output Created		26-JAN-2018 18:01:17
Comments		
	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
Input	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	100
	File	
	Matrix Input	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling		Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
	Cases Used	
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=VAR00040 VAR00041 VAR00042 VAR00043 VAR00044 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,01

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,841	5

Correlations

Notes

Output Created	26-JAN-2018 18:01:57
Comments	
Input	Active Dataset DataSet0 Filter <none> Weight <none> Split File <none> N of Rows in Working Data 100 File Definition of Missing User-defined missing values are treated as missing. Missing Value Handling Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair. Cases Used

		CORRELATIONS	
		/VARIABLES=VAR00046 VAR00047	
Syntax		VAR00048 VAR00049 VAR00050	
		/PRINT=TWOTAIL NOSIG	
		/MISSING=PAIRWISE.	
Resources		Processor Time	00:00:00,03
		Elapsed Time	00:00:00,09

Correlations

		Y5.1	Y5.2	Y5.3	Y5.4	Total
Y5.1	Pearson Correlation	1	,836**	,699**	,678**	,905**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y5.2	Pearson Correlation	,836**	1	,690**	,772**	,929**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y5.3	Pearson Correlation	,699**	,690**	1	,611**	,842**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y5.4	Pearson Correlation	,678**	,772**	,611**	1	,870**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,905**	,929**	,842**	,870**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

Correlations

Notes

Output Created	26-JAN-2018 10:23:07	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	100
Missing Value Handling	File	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Cases Used	Missing Value Handling	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
		CORRELATIONS
Syntax		/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005
		/PRINT=TWOTAIL NOSIG
		/MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00,06
	Elapsed Time	00:00:00,05

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

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total	
	Pearson Correlation	1	,664**	,746**	,410**	,858**
X1.1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,664**	1	,581**	,540**	,848**
X1.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,746**	,581**	1	,385**	,830**
X1.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,410**	,540**	,385**	1	,727**
X1.4	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,858**	,848**	,830**	,727**	1
Total	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

Reliability

Notes

Output Created		26-JAN-2018 10:35:47
Comments		
	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
Input	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	100
	File	
	Matrix Input	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling		Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
	Cases Used	
		RELIABILITY
		/VARIABLES=VAR00001 VAR00002
Syntax		VAR00003 VAR00004
		/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
		/MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,00

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,829	4

Correlations

Notes

Output Created	26-JAN-2018 10:36:56
Comments	
Input	Active Dataset DataSet0
	Filter <none>
	Weight <none>
	Split File <none>
	N of Rows in Working Data 100
	File
	Definition of Missing User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
	Cases Used

		CORRELATIONS	
		/VARIABLES=VAR00006 VAR00007	
Syntax		VAR00008 VAR00009	
		/PRINT=TWOTAIL NOSIG	
		/MISSING=PAIRWISE.	
Resources		Processor Time	00:00:00,02
		Elapsed Time	00:00:00,02

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Total
	Pearson Correlation	1	,652	,525	,870
X2.1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,652**	1	,508**	,863**
X2.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,525**	,508**	1	,790**
X2.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,870**	,863**	,790**	1
Total	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Reliability

Notes

Output Created		26-JAN-2018 10:58:40
Comments		
	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
Input	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	100
	File	
	Matrix Input	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling		Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
	Cases Used	
		RELIABILITY
		/VARIABLES=VAR00006 VAR00007
Syntax		VAR00008
		/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
		/MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00,03
	Elapsed Time	00:00:00,03

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,794	3

Correlations

Notes

Output Created	26-JAN-2018 10:59:43
Comments	
Input	Active Dataset DataSet0
	Filter <none>
	Weight <none>
	Split File <none>
	N of Rows in Working Data 100
	File
	Definition of Missing User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
	Cases Used

		CORRELATIONS	
Syntax		/VARIABLES=VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time		00:00:00,00
	Elapsed Time		00:00:00,03

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total
	Pearson Correlation	1	,622**	,604**	,450**	,813**
X3.1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,622**	1	,713**	,589**	,884**
X3.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,604**	,713**	1	,459**	,834**
X3.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,450**	,589**	,459**	1	,767**
X3.4	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,813**	,884**	,834**	,767**	1
Total	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

Reliability

Notes

Output Created		26-JAN-2018 11:00:52
Comments		
	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
Input	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	100
	File	
	Matrix Input	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling		Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
	Cases Used	
		RELIABILITY
		/VARIABLES=VAR00010 VAR00011
Syntax		VAR00012 VAR00013
		/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
		/MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,02

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,840	4

Correlations

Notes

Output Created	26-JAN-2018 11:08:37	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.

	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=VAR00015 VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,02

Correlations

	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Total
	Pearson Correlation	1	,454**	,558**	,604**	,759**
X4.1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,454**	1	,672**	,682**	,792**
X4.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,558**	,672**	1	,845**	,876**
X4.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,604**	,682**	,845**	1	,879**
X4.4	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,275**	,185	,196	,167	,472**
X4.5	Sig. (2-tailed)	,006	,065	,051	,097	,000
	N	100	100	100	100	100

	Pearson Correlation	,759**	,792**	,876**	,879**	,472**	1
Total	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

Reliability

Notes

Output Created	26-JAN-2018 11:11:00	
Comments		
	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
Input	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	100
	File	
	Matrix Input	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
		RELIABILITY
		/VARIABLES=VAR00015 VAR00016
Syntax		VAR00017 VAR00018 VAR00019
		/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
		/MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,03

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,816	5

Correlations

Notes

Output Created	26-JAN-2018 11:15:07
Comments	
Input	Active Dataset DataSet0
	Filter <none>
	Weight <none>
	Split File <none>
	N of Rows in Working Data 100
	File
	Definition of Missing User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
	Cases Used

		CORRELATIONS	
Syntax		/VARIABLES=VAR00021 VAR00022 VAR00023 VAR00024 VAR00025 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time		00:00:00,03
	Elapsed Time		00:00:00,03

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	Total
	Pearson Correlation	1	,781	,822	,022	,875
X5.1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,829	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,781**	1	,749**	,082	,873**
X5.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,415	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,822**	,749**	1	-,013	,850**
X5.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,899	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,022	,082	-,013	1	,383**
X5.4	Sig. (2-tailed)	,829	,415	,899		,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,875**	,873**	,850**	,383**	1
Total	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

Reliability

Notes

Output Created		26-JAN-2018 13:52:48
Comments		
	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
Input	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	100
	File	
	Matrix Input	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling		Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
	Cases Used	
		RELIABILITY
		/VARIABLES=VAR00021 VAR00022
Syntax		VAR00023 VAR00024
		/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
		/MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,01

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,725	4

LAMPIRAN DATA RESPONDEN

Res	Kinerja																								
	Reliability					Responsiveness				Assurance					Empathy					tangibles					
	1	2	3	4	Mean	1	2	3	Mean	1	2	3	4	Mean	1	2	3	4	5	Mean	1	2	3	4	Mean
1	1	1	3	3	1,67	3	3	3	3	3	4	3	3	3,33	3	3	2	2	3	2,5	4	4	5	4	4,33
2	5	4	5	5	4,67	5	5	5	5	4	4	5	5	4,33	5	3	2	2	2	3	3	3	4	2	3,33
3	4	3	3	3	3,33	3	3	5	3,67	3	3	4	3	3,33	3	3	2	3	4	2,75	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5
5	5	4	5	5	4,67	5	5	5	5	4	5	4	5	4,33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	3	4	4	3,67	3	3	4	3,33	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3,67
7	5	4	5	4	4,67	4	4	5	4,33	4	5	5	5	4,67	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4,33
8	4	4	3	4	3,67	4	4	4	4	4	4	5	3	4,33	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3
9	4	3	3	3	3,33	3	3	3	3	4	4	3	3	3,67	4	4	2	3	3	3,25	5	4	5	3	4,67
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	4	3	4	3	3,67	3	3	5	3,67	3	3	3	4	3	4	5	5	5	3	4,75	2	2	2	5	2
12	4	4	4	2	4	2	2	5	3	3	4	3	4	3,33	5	5	5	5	3	5	3	3	3	5	3
13	4	3	5	3	4	3	3	5	3,67	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	3	3	4	5	3,33
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3,75	3	4	4	4	3,67
15	5	4	4	4	4,33	4	4	5	4,33	3	4	4	4	3,67	4	4	3	4	4	3,75	4	2	4	4	3,33
16	3	4	3	4	3,33	3	4	5	4	4	3	3	3	3,33	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
17	4	4	4	3	4	3	3	5	3,67	2	2	3	4	2,33	5	5	5	5	3	5	4	4	4	5	4
18	3	4	3	5	3,33	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4,5	5	4	3	4	4
19	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3,33	5	5	4	4	3	4,5	4	4	4	4	4
20	5	4	5	4	4,67	4	4	5	4,33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	4	4	4	3	4	4	3	4	3,67	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4
22	2	4	5	2	3,67	2	2	4	2,67	2	2	3	5	2,33	3	4	4	4	3	3,75	5	5	5	4	5
23	4	4	4	3	4	3	3	5	3,67	3	3	3	4	3	4	5	4	4	3	4,25	4	4	5	4	4,33
24	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3,33	3	4	3	3	3	3,25	5	5	5	3	5
25	3	2	2	2	2,33	2	2	3	2,33	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	3	5
26	5	4	5	4	4,67	5	4	5	4,67	4	5	4	5	4,33	5	4	4	5	4	4,5	5	4	4	5	4,33
27	4	3	4	2	3,67	3	2	3	2,67	3	4	4	4	3,67	4	3	3	3	4	3,25	4	5	4	3	4,33
28	3	3	3	3	3	3	3	4	3,33	3	3	4	3	3,33	4	3	4	3	4	3,5	5	5	5	3	5
29	4	3	4	3	3,67	3	3	5	3,67	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
30	3	4	2	3	3	3	3	4	3,33	3	2	2	2	2,33	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	1	3
32	4	5	4	4	4,33	4	4	5	4,33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5
33	2	3	2	1	2,33	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	1	1	1	1,75	5	4	5	1	4,67
34	3	3	5	3	3,67	5	3	5	4,33	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	3	3	3	3	3
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	3	5
36	5	5	5	4	5	5	4	5	4,67	4	5	5	5	4,67	5	5	4	4	5	4,5	4	5	4	4	4,33

37	5	4	3	2	4	4	2	1	2,33	4	4	4	3	4	5	1	2	2	4	2,5	5	5	5	2	5	
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3,5	5	5	5	3	5	
39	5	5	5	4	5	5	4	4	4,33	4	4	5	5	4,33	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	
40	4	3	4	4	3,67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3,75	4	5	4	4	4,33	
41	5	5	4	3	4,67	3	3	4	3,33	5	5	5	4	5	4	4	3	3	5	3,5	4	3	4	3	3,67	
42	4	3	4	4	3,67	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,67	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,67	
43	4	3	4	3	3,67	3	3	4	3,33	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4,67	
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5
45	4	3	3	3	3,33	4	3	5	4	3	4	4	3	3,67	5	5	5	5	4	5	3	3	3	5	3	
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3
48	4	4	4	3	4	3	3	4	3,33	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	
49	1	2	2	1	1,67	2	1	2	1,67	2	2	1	2	1,67	5	5	5	5	1	5	4	4	4	5	4	
50	5	4	5	5	4,67	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3,25	3	4	3	3	3,33	
51	5	4	4	5	4,33	5	5	4	4,67	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	
52	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4,67	4	2	2	4	5	3	5	3	4	4	4	
53	3	4	2	5	3	3	5	5	4,33	5	3	5	2	4,33	5	4	4	4	5	4,25	3	3	3	4	3	
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4,67	4	4	4	3	5	3,75	5	5	5	3	5	
55	4	4	3	3	3,67	3	3	4	3,33	3	4	4	3	3,67	5	4	4	4	4	4,25	4	4	4	4	4	
56	5	4	4	2	4,33	3	2	4	3	2	5	4	4	3,67	4	4	3	4	4	3,75	4	4	5	4	4,33	
57	4	4	4	4	4	4	4	5	4,33	3	3	4	4	3,33	3	3	4	4	4	3,5	3	3	3	4	3	
58	5	4	5	4	4,67	4	4	5	4,33	5	4	3	5	4	4	3	3	3	3	3,25	5	4	5	3	4,67	
59	3	3	3	2	3	2	2	3	2,33	1	4	3	3	2,67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
60	4	3	3	3	3,33	3	3	3	3	3	3	2	3	2,67	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	5	3	4,67
62	5	3	5	3	4,33	5	3	5	4,33	5	5	3	5	4,33	5	5	5	5	3	5	4	4	4	5	4	
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4,75	3	3	3	5	3	
64	4	3	4	4	3,67	2	4	5	3,67	5	5	5	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	5	3	4,33	
65	4	4	3	3	3,67	4	3	3	3,33	3	3	4	3	3,33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
66	4	4	4	3	4	3	3	4	3,33	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	4	3	4	3,67	
67	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	
68	3	3	3	5	3	3	5	5	4,33	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
69	4	5	4	5	4,33	3	5	4	4	4	3	3	4	3,33	4	4	4	3	3	3,75	4	4	4	3	4	
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	2	5	2,5	4	3	4	2	3,67	
71	5	5	5	4	5	4	4	5	4,33	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	
72	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4,67	5	4	4	4	4	4,25	5	5	5	4	5	
73	1	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	5	4	4	5	3,5	4	4	4	4	4	
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5	3,5	5	4	3	3	4	
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4,67	4	4	3	3	4	3,5	4	4	4	3	4	
76	4	4	5	4	4,33	4	4	5	4,33	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5	3,5	3	3	3	3	3	
77	5	5	4	5	4,67	4	5	3	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3,75	5	5	5	4	5	

78	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3,25	4	4	4	3	4	
79	5	4	4	4	4,33	4	4	5	4,33	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4,25	4	3	4	4	3,67	
80	4	4	4	5	4	4	5	4	4,33	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4,25	3	3	4	4	3,33	
81	4	5	4	5	4,33	3	5	4	4	5	4	4	4	4,33	5	5	4	4	4	4,5	5	5	5	4	5	
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4,33	5	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3
83	4	4	5	4	4,33	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	5	4	5	3	4,5	4	5	4	5	4,33	
84	3	5	2	4	3,33	2	4	3	3	4	4	4	2	4	3	4	5	3	4	3,75	4	4	4	3	4	
85	3	3	3	5	3	5	5	3	4,33	4	3	3	3	3,33	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	
86	4	5	5	4	4,67	5	4	5	4,67	4	3	4	5	3,67	4	5	5	5	4	4,75	3	3	3	5	3	
87	5	5	5	4	5	5	4	5	4,67	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4,25	3	4	3	4	3,33	
88	4	5	4	5	4,33	5	5	5	5	4	3	3	4	3,33	4	4	5	4	3	4,25	3	3	3	4	3	
89	4	4	4	5	4	5	5	4	4,67	3	3	4	4	3,33	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	
90	5	4	5	4	4,67	4	4	4	4	4	5	5	5	4,67	5	4	5	4	5	4,5	4	3	4	4	3,67	
91	5	4	4	4	4,33	5	4	4	4,33	4	4	5	4	4,33	4	5	5	4	5	4,5	5	4	4	4	4,33	
92	4	5	4	4	4,33	5	4	5	4,67	3	4	4	4	3,67	4	5	5	5	4	4,75	5	5	5	5	5	
93	5	5	5	4	5	5	4	5	4,67	4	5	4	5	4,33	4	4	5	4	4	4,25	3	3	3	4	3	
94	4	4	4	5	4	4	5	5	4,67	5	4	4	4	4,33	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	
95	5	5	4	4	4,67	5	4	5	4,67	4	3	3	4	3,33	5	3	5	5	3	4,5	4	3	4	5	3,67	
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
97	5	5	5	4	5	5	4	5	4,67	4	5	4	5	4,33	5	4	5	5	4	4,75	3	3	3	5	3	
98	4	5	4	5	4,33	4	5	5	4,67	5	4	4	4	4,33	5	2	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	
99	5	5	4	5	4,67	5	5	5	5	5	3	3	4	3,67	5	5	5	5	3	5	4	3	4	5	3,67	
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	

Res	Kepentingan																								
	Reliability					Responsiveness				Assurance					Empathy					tangibles					
	1	2	3	4	Mean	1	2	3	Mean	1	2	3	4	Mean	1	2	3	4	5	Mean	1	2	3	4	Mean
1	3	3	4	4	3,33	3	4	4	3,67	5	4	5	4	4,67	4	4	5	5	5	4,5	4	4	4	4	4
2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	3	3,33	3	3	3	3	5	5	3	3	4,33	5	3	4	3	3	3,75	3	3	3	3	3
4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4,25	4	3	4	3	3,67
6	4	4	4	4	4	4	3	4	3,67	4	4	5	4	4,33	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4
7	4	4	5	4	4,33	5	5	4	4,67	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4,5	5	5	5	5	5
8	4	4	3	1	3,67	1	1	1	1	2	2	5	3	3	5	5	4	4	5	4,5	4	4	4	4	4
9	4	3	3	5	3,33	4	5	5	4,67	5	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3,5	3	3	3	3	3
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	2,67	4	4	4	5	4	4,25	5	4	4	5	4,33
12	4	4	3	3	3,67	3	3	3	3	4	3	3	3	3,33	4	3	3	3	3	3,25	4	4	4	3	4
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3,67	5	3	3	3	5	3,5	3	3	3	3	3

14	4	4	4	4	4	5	4	4	4,33	4	5	3	4	4	5	4	4	5	3	4,5	5	5	4	5	4,67
15	5	5	4	4	4,67	5	4	4	4,33	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4,25	4	4	4	4	4
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	4	3	3	2	3,33
17	4	3	3	3	3,33	3	3	3	3	3	3	5	3	3,67	4	4	5	5	5	4,5	4	4	4	5	4
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3,67	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3,67
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4,5	4	4	4	4	4
21	3	4	4	4	3,67	4	4	4	4	5	5	3	4	4,33	4	3	5	5	3	4,25	4	4	4	5	4
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4,33	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
23	3	4	4	4	3,67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3,5	4	4	4	3	4
24	4	5	5	5	4,67	5	5	5	5	5	5	3	5	4,33	5	5	5	5	3	5	4	4	4	5	4
25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3,67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	5	5	4	4,67	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	3,75	3	3	4	4	3,33
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	4	3	4	3	3	3,33
29	4	4	3	3	3,67	4	4	3	3,67	4	4	4	3	4	5	5	3	3	4	4	3	3	5	3	3,67
30	5	5	5	4	5	5	4	4	4,33	5	5	4	5	4,67	4	4	4	5	4	4,25	5	5	4	5	4,67
31	5	5	4	5	4,67	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4,5	5	5	5	5	5
32	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	3	4
33	2	5	5	5	4	5	5	5	5	2	2	4	5	2,67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	2	4	4	4	3,33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	3	2	2	3	3	2,33
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	3	4,33
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37	5	5	3	4	4,33	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	3	4	3,75	3	3	3	3	3
38	4	5	4	4	4,33	4	4	4	4	4	4	3	4	3,67	5	5	3	3	3	4	3	3	4	3	3,33
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3,67	5	4	4	4	3	4,25	4	4	4	4	4
41	3	4	5	4	4	3	3	4	3,33	5	4	3	5	4	3	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	4	4	3	4	3,67	4	4	3	4	3,67	3	4	4	2	3	3,25	3	4	3	2	3,33
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	3	4,33	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3,67
44	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	3	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3,33	3	4	3	3	4	3,25	3	3	3	3	3
48	3	4	4	4	3,67	4	4	4	4	4	4	5	4	4,33	4	4	5	5	5	4,5	5	5	5	5	5
49	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
50	3	3	2	5	2,67	5	5	5	5	3	3	4	2	3,33	5	5	4	3	4	4,25	4	3	4	3	3,67
51	2	4	4	4	3,33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	3	4	5	3	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,67	5	4	3	3	4	3,75	3	3	4	3	3,33
53	5	3	3	3	3,67	3	3	3	3	3	3	5	3	3,67	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3
54	5	5	5	4	5	5	5	4	4,67	5	5	3	5	4,33	2	2	4	5	3	3,25	3	4	3	5	3,33

55	4	3	4	4	3,67	3	4	4	3,67	4	4	3	4	3,67	4	3	5	5	3	4,25	4	4	4	5	4	
56	5	4	5	4	4,67	3	3	4	3,33	3	3	5	5	3,67	5	5	3	3	5	4	3	3	5	3	3,67	
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3,5	3	4	3	4	3,33	
58	3	3	4	3	3,33	4	3	3	3,33	3	4	3	4	3,33	5	5	5	4	3	4,75	5	4	5	4	4,67	
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	4	4	4	5	5	4,33	
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	
61	4	5	5	4	4,67	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3,75	3	3	4	4	3,33	
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4,5	5	5	5	5	5	
63	3	4	3	3	3,33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3,5	4	4	3	4	3,67	
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	3	3	3,5	5	5	4	3	4,67	
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3,67	
66	4	4	3	3	3,67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3,67
67	3	3	4	4	3,33	4	3	4	3,67	3	3	3	4	3	5	3	4	3	3	3,75	4	3	4	3	3,67	
68	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
69	3	4	4	5	3,67	4	4	5	4,33	4	3	4	4	3,67	4	5	5	5	4	4,75	5	5	5	5	5	
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
71	4	5	5	5	4,67	5	5	5	5	3	4	3	5	3,33	5	3	3	4	3	3,75	3	3	4	4	3,33	
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
73	3	4	4	4	3,67	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3,67	
74	4	4	2	3	3,33	3	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	4	3	3	3,75	4	3	4	3	3,67	
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	3	4	5	3	4	
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
77	4	5	5	5	4,67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4,5	4	4	4	5	4	
78	3	3	4	3	3,33	3	4	3	3,33	3	3	3	4	3	5	4	4	5	3	4,5	3	4	3	5	3,33	
79	4	4	4	3	4	4	4	3	3,67	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4,75	4	4	4	5	4	
80	3	4	4	3	3,67	4	4	3	3,67	4	4	3	4	3,67	3	4	3	3	3	3,25	3	3	5	3	3,67	
81	4	5	5	4	4,67	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	3,33	
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3,25	3	4	3	4	3,33	
83	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4,67	5	3	5	5	5	4,5	4	4	5	5	4,33	
84	5	3	5	4	4,33	5	4	4	4,33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
85	4	4	3	3	3,67	3	4	3	3,33	4	4	3	3	3,67	4	3	4	4	3	3,75	3	3	4	4	3,33	
86	5	5	5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	3	3	5	4	5	3,75	5	5	5	4	5	
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
88	4	4	3	3	3,67	4	3	3	3,33	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3,5	5	3	3	3	3,67	
89	5	4	4	4	4,33	5	3	4	4	3	4	3	4	3,33	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3,67	
90	5	4	5	4	4,67	3	3	4	3,33	4	4	5	5	4,33	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3,67	
91	5	4	4	3	4,33	3	3	3	3	5	5	5	4	5	4	4	4	3	5	3,75	4	3	4	3	3,67	
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
93	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	5	4	4,5	5	5	5	5	5	
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
95	3	4	5	5	4	4	5	5	4,67	4	3	4	5	3,67	4	4	3	4	4	3,75	3	3	4	4	3,33	

