

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN WAROENG SPESIAL SAMBAL
DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) DAN
CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)
(Studi Kasus Pada Waroeng Spesial Sambal Jalan Kaliurang Km 12,5)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Teknik Industri**



Disusun Oleh :

**Nama : Dimas Punto Aryo Wibisono
No. Mahasiswa : 11522126**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2017**

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN WAROENG SPESIAL SAMBAL
DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) DAN
CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)
(Studi Kasus Pada Waroeng Spesial Sambal Jalan Kaliurang Km 12,5)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Teknik Industri**



Disusun Oleh :

**Nama : Dimas Punto Aryo Wibisono
No. Mahasiswa : 11522126**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2017**

PERNYATAAN KEASLIAN

Demi Allah, saya akui penelitian ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali kutipan dan ringkasan yang setiap salah satunya telah saya jelaskan sumbernya. Jika dikemudian hari ternyata terbukti pengakuan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan hak kekayaan intelektual maka saya bersedia ijazah yang telah saya terima untuk ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 17 Juli 2017



Dimas Ponto Aryo Wibisono

NIM. 11522126

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN



SURAT KETERANGAN
042/WSS/Humas/PUSAT/S-Ket/VII/2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widyatmoyo, SE, MM
Jabatan : Kepala Seksi Humas dan Legal
Alamat : Jalan Kaliurang km 4,5 Gg Kinanthi No. 19, Pogung Kidul,
Sinduadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta

Menerangkan bahwa :

Nama : Dimas Punto Aryo Wibisono
NIM : 11522126
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknologi Industri
Universitas : Universitas Islam Indonesia

Adalah benar telah menyelesaikan kegiatan penelitian dengan judul "Analisis Kepuasan Pelanggan Waroeng Spesial Sambal dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI)" pada tanggal 26 April 2017 sampai dengan tanggal 14 Juli 2017 di Waroeng Spesial Sambal 'SS' Cabang Besi. Demikian surat keterangan ini kami sampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 15 Juli 2017

Waroeng Spesial Sambal 'SS'

Kasi Humas dan Legal

Widyatmoyo, SE, MM

NIK. 15.68.1109



Head Office : Jl. Kaliurang KM 4.5, Gg. Kinanthi no. 52 Yogyakarta Telp. 0274 546594 Fax. 0274 542050

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN WAROENG SPESIAL SAMBAL
DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) DAN
CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)**



**Yogyakarta, 17 Juli 2017
Dosen Pembimbing**

R. Abdul Jalal, Drs., MM.

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN WAROENG SPESIAL
SAMBAL DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE
ANALYSIS* (IPA) DAN *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (CSI).
(Studi Kasus Pada Waroeng Spesial Sambal Jalan Kaliurang Km 12,5)**

TUGAS AKHIR

Oleh

Nama : Dimas Punto Aryo Wibisono

No. Mahasiswa : 11522126

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata – 1 Teknik Industri

Yogyakarta, 02 Agustus 2017

Tim Penguji

R. Abdul Jalal, Drs., MM.

Ketua

Harwati, S.T., M.T.

Penguji I

Joko Sulistio, S.T., M.Sc.

Penguji II

Mengetahui,
Ketua Jurusan Teknik Industri
Universitas Islam Indonesia



Yuli Agusti Rochman, S.T., M.Eng

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin

Saya persembahkan Tugas Akhir ini untuk Bapak tercinta Daryono dan Ibu tercinta Murni Retno Widyastuti yang telah memberikan seluruh curahan kasih sayangnya, yang telah mendidik dengan sangat sabar dan gigih, selalu menjadi inspirasi dalam menjalani kehidupan, yang selalu memberikan doa-doa terbaik kepada penulis. Tidak lupa kedua adik tercinta Pandji Aryo Kusumo Aji dan Aryo Yuwono Hasbi yang tidak henti-hentinya memberikan semangat kepada penulis.

Serta Bapak Abdul Jalal selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya dan memberikan bimbingan yang sangat berarti dalam proses penyusunan Tugas Akhir Ini. Semoga mereka selalu mendapat lindungan Allah SWT.

MOTTO

مَنْ خَرَجَ فِي طَلَبِ الْعِلْمِ فَهُوَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah”

(HR.Turmudzi)

”The Important Thing In Olympic Games Is Not The Winning But The Taking Apart

The Important Thing In Life Is Not The Triumph But The Struggle”

Pierre De Coubertin

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb,

Alhamdulillah, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan Waroeng Spesial Sambal Dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) Dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)”. Shalawat serta salam senantiasa penyusun haturkan bagi Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, dan para sahabat.

Terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini penyusun sadari tidak lepas dari bantuan banyak pihak, untuk itu dengan rasa hormat dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya Penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Imam Djati Widodo, Drs., M.Eng.Sc., Dr. Selaku dekan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
2. Bapak Yuli Agusti Rochman, S.T., M.Eng selaku kepala jurusan Teknik Industri dan seluruh Staff Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak R. Abdul Jalal, Drs. MM., selaku dosen pembimbing yang selama ini dengan sabar membimbing, mengoreksi, memberi saran dan kritik yang konstruktif serta memberi motivasi penulis, hingga akhirnya bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga beliau dan keluarga selalu diberikan kemudahan dan kesehatan, Amin.
4. Waroeng Spesial Sambal Yogyakarta yang telah memberikan ijin penelitian untuk Tugas Akhir yang dilakukan di cabang Waroeng Spesial Sambal Jalan Kaliurang KM 12,5 Yogyakarta
5. Bapak-ibu Dosen Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia, terima kasih atas ilmu pengetahuan yang diberikan.
6. Ibunda Murni Retno Widyastuti, dan Ayahanda Daryono Hadi Martono yang tanpa bosan dan lelah tetap terus memberikan dukungan doa dan dana kepada penulis serta kedua adik saya Pandji Aryo Kusumo Aji dan Aryo Yuwono Hasbi yang tak pernah berhenti memberikan semangat, serta doanya kepada penulis.
7. Terimakasih kepada teman-teman Teknik Industri kelas B atas segala momen dari awal hingga lulus kuliah. Semoga silaturahmi dapat selalu terjaga.
8. Terimakasih kepada teman-teman kos kapal, yang selalu memberikan motivasi dan semangatnya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. Semua pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian Tugas Akhir yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

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

Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Yogyakarta, 17 Juli 2017

Penulis

Dimas Punto Aryo Wibisono

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	v
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR RUMUS	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Sistematika Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Kajian Induktif	6
2.2 Kajian Deduktif	10
2.2.1. Pengertian Jasa.....	10
2.2.2. Pengertian Kualitas Layanan	11
2.2.3. Kriteria Penentu Kualitas Pelayanan Jasa	12
2.2.4. Persepsi Konsumen.....	14
2.2.5. Kepuasan Pelanggan	15
2.2.6. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	15
2.3 Alat dan Teknik Pengumpulan Data	17
2.3.1. Kuesioner	17
2.3.2. Sampel	18
2.4 Metode Customer Satisfaction Index (CSI)	18
2.5 Metode Importance Performance Analysis (IPA).....	19
2.6 Analisis Gap	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Obyek Penelitian	23
3.2 Metode Pengumpulan Data	23
3.3 Kerangka Penelitian	24
3.4 Pengolahan Data.....	24
3.4.1. Uji Kecukupan Data.....	24
3.4.2. Uji Validitas.....	26
3.4.3. Uji Reliabilitas	26

3.5.	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	27
3.5.1	Analisis Tingkat Kesesuaian.....	27
3.6.	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	28
BAB IV	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	30
4.1.	Pengumpulan Data	30
4.1.1.	Profil Waroeng Spesial Sambal	30
4.1.2.	Struktur Organisasi	31
4.1.3.	Butir Nilai-Nilai Dasar Waroeng Spesial Sambal Indonesia	32
4.1.4.	Kuesioner	33
4.1.5.	Karakteristik Responden.....	34
4.2.	Pengolahan Data.....	36
4.2.1.	Uji Kecukupan Data.....	36
4.2.2.	Uji Validitas.....	37
4.2.3.	Uji Reliabilitas	40
4.2.4.	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	41
4.2.5.	Analisis Kesesuaian	49
4.2.6.	Analisis GAP Antara Kepuasan Dan Kepentingan.....	55
4.2.7.	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	57
BAB V	PEMBAHASAN	62
5.1	Analisis Hasil Kuesioner.....	62
5.1.1	Uji Kecukupan Data.....	62
5.1.2	Uji Validitas.....	62
5.1.3	Uji Reliabilitas	62
5.2	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	63
5.3	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	74
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	76
6.1.	Kesimpulan	76
6.2.	Saran.....	77
	DAFTAR PUSTAKA	79
	LAMPIRAN	81

ABSTRAK

Pada era saat ini persaingan wirausaha khususnya dibidang kuliner sangatlah ketat. Mulai banyak bermunculan jenis kuliner yang beraneka ragam bentuk dan rasa yang ditawarkan. Oleh karena itu persaingan dalam pelayanan perlu diperhatikan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga tercapainya kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) dapat mengukur atribut mana saja yang perlu dilakukan perbaikan. Dengan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dapat diketahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Terdapat lima dimensi yang digunakan dalam penelitian ini antara lain dimensi Tangible (bukti fisik), Reliability (kehandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan), Emphaty (empati). Teknik pengambilan data dilakukan dengan observasi dan penyebaran kuesioner kepada 70 responden. Didapatkan hasil perhitungan nilai kesenjangan (gap) dengan nilai paling rendah yaitu -1,21, nilai tersebut terdapat pada dimensi kehandalan (reliability) dengan atribut (10) pelayanan yang cepat. Nilai gap yang berikutnya yaitu pada atribut (2) fasilitas tempat parkir yang memadai, di mana atribut termasuk dalam dimensi bukti fisik (tangible) dengan nilai gap -1,14. Pada dimensi jaminan (assurance) nilai gap terendah yaitu -0,73 merupakan hasil dari atribut (18) kualitas makanan dan minuman yang terjamin. Hasil perhitungan pada dimensi empati (emphaty) dengan atribut (21) kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan mendapatkan nilai gap -0,66. Dan hasil perhitungan pada dimensi daya tanggap (responsiveness) didapatkan hasil nilai gap sebesar -0,63, nilai tersebut merupakan hasil dari atribut (14) kemampuan karyawan dalam mengatasi pengaduan dari konsumen. Hasil perhitungan nilai gap yang telah disebutkan merupakan nilai gap yang memiliki nilai negatif paling besar pada setiap atribut per dimensinya. Nilai gap negatif menunjukkan bahwa kepuasan kurang dari nilai kepentingan, maka layanan dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan. Oleh karena itu perlu dilakukan perbaikan kinerja pada setiap layanan untuk meningkatkan kepuasan dari konsumen. Sedangkan hasil dari perhitungan dengan metode Customer Satisfaction Index (CSI) mendapatkan hasil indeks kepuasan sebesar 79,1%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, IPA, CSI.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Induktif

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

1. Zilhaldi Idris, 2009 dengan judul Kajian “Tingkat Kepuasan” Pengguna Angkutan Umum di DIY. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat kepuasan jasa angkutan umum (bus kota) di perkotaan Yogyakarta. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini adalah secara umum pelayanan angkutan umum di Yogyakarta masih buruk, hal ini ditunjukkan dengan perhitungan menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang berdasarkan 10 atribut dengan presentase sebesar 27,02% hingga 60,83%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan masih sangat buruk, sehingga perlu dilakukannya peningkatan pelayanan transportasi publik.
2. Siti Husna Ainu Syukri, 2014 dengan judul Penerapan *Customer Satisfaction Index* (CSI) Dan Analisis GAP Kualitas Pelayanan Trans Jogja. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna Trans Jogja dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Dalam penelitian ini terdapat 5 dimensi *Tangible (physical evidence)*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Hasil dari perhitungan dengan menggunakan metode CSI didapatkan sebesar 68,7542%, nilai tersebut menunjukkan rendahnya tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan Trans Jogja juga dibuktikan dengan negatifnya nilai *gap* antara harapan dan persepsi konsumen terhadap pelayanan Trans Jogja. Oleh karena itu

diperlukan perbaikan kualitas pelayanan untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Rizal Nugraha, Ambar Harsono, Hari Adianto, 2014 dengan judul Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Pada Bengkel “X” Berdasarkan Hasil Matriks *Importance Performance Analysis* Studi Kasus di Bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dilakukan secara keseluruhan dan usulan perbaikan dilakukan hanya berdasarkan segmentasi yaitu pada pelanggan dengan jumlah pemakaian jasa bengkel ≥ 7 kali dan pendapatan 2 hingga 3 juta. Hasil yang didapat dari perhitungan dengan metode CSI adalah 90,979% dan atribut yang menjadi usulan perbaikan adalah atribut yang berada pada kuadran pertama matrix *Importance Performance Analysis*, yaitu ketersediaan ruang tunggu, ruang resepsionis yang nyaman, ketersediaan kipas angin, tersedia sarana hiburan, tersedia seragam formal untuk mekanik, kerapian pegawai, dan kesopanan resepsionis.
4. Etta Wahyu Ramadhan, Nasir Widha Setyanto, Remba Yanuar Efranto, 2009 dengan judul Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Penerapan *Importance Performance Analysis* (IPA) dan Model Kano. Tujuan dilakukan penelitian tersebut untuk mengetahui urutan prioritas yang harus ditingkatkan kinerjanya oleh pihak Griya Brawijaya yaitu kecepatan petugas dalam menangani keluhan pelanggan, kecepatan koneksi *Wifi* di lingkungan asrama, kondisi almari, fasilitas yang disediakan sesuai dengan yang dijanjikan dan yang terakhir adalah kesesuaian harga sewa asrama dengan fasilitas yang disediakan.
5. Heru Eka Lodhita, Imam Santoso, dan Sakunda Anggraini, 2013 dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dan CSI (*Customer Satisfaction Index*) Studi Kasus Pada Toko Oen, Malang. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui kesesuaian antara tingkat kepentingan atribut pelayanan menurut konsumen dengan tingkat kinerja yang telah diberikan restoran, sehingga akan diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Resto Toko Oen Malang dan memberikan rekomendasi perbaikan alternatif. Hasil pengolahan data

menggunakan metode IPA didapatkan rata-rata 98,40%, sedangkan hasil dari metode CSI yaitu berada pada rentang 66-80%. Dengan demikian secara keseluruhan konsumen merasa puas terhadap kinerja pelayanan Toko Oen Malang.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Metode	Hasil
1	Zilhaldi Idris (2009)	Tingkat Kepuasan Pengguna Angkutan Umum di DIY	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	Secara umum pelayanan angkutan umum di Yogyakarta masih buruk, hal ini ditunjukkan dari hasil perhitungan CSI berdasarkan 10 atribut dengan presentase sebesar 27,02% hingga 68,83%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan masih sangat buruk, sehingga perlu dilakukannya peningkatan pelayanan transportasi publik
2	Siti Husna Ainu Syukri (2014)	Penerapan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> dan Analisis GAP Kualitas Pelayanan Trans Jogja	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	Hasil perhitungan dengan menggunakan metode CSI didapatkan sebesar 68,7542%, nilai tersebut menunjukkan rendahnya tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan Trans Jogja dibuktikan dengan negatifnya nilai <i>gap</i> antara harapan dan persepsi konsumen terhadap pelayanan Trans Jogja. Oleh karena itu perlu dilakukan perbaikan kualitas pelayanan untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Metode	Hasil
3	Rizal Nugraha, Ambar Harsono, Hari Adianto (2014)	Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Pada Bengkel " X "	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) , <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	Hasil yang didapat dari perhitungan dengan metode CSI adalah 90,979%, dan atribut yang menjadi usulan perbaikan adalah atribut yang berada pada kuadran pertama matrix <i>Importance Performance Analysis</i> , yaitu ketersediaan ruang tunggu, ruang resepsionis yang nyaman, ketersediaan kipas angin, tersedia sarana hiburan, tersedia seragam formal untuk mekanik, kerapian pegawai, dan kesopanan resepsionis.
4	Etta Wahyu Ramadhan, Nasir Widha Setyanto, Remba Yanuar Efranto (2009)	Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dengan Penerapan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan Model Kano.	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA), Model Kano	Dari hasil penerapan metode tersebut dapat diketahui urutan prioritas atribut yang harus ditingkatkan kinerjanya oleh pihak Griya Brawijaya yaitu kecepatan petugas dalam menangani keluhan pelanggan, kecepatan koneksi Wifi di lingkungan asrama, kondisi tempat tidur, kondisi fisik almari, fasilitas yang disediakan sesuai dengan yang dijanjikan dan yang terakhir adalah kesesuaian harga sewa asrama dengan fasilitas yang disediakan.

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Metode	Hasil
5	Heru Eka Lodhita, Imam Santoso, dan Sakunda Anggranini (2013)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>) dan CSI (<i>Customer Satisfaction Index</i>)	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA), dan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	Hasil pengolahan data menggunakan metode IPA didapatkan rata-rata 98,40%, sedangkan hasil dari metode CSI yaitu 66%-80%. Dengan demikian konsumen merasa puas terhadap kinerja pelayanan Toko Oen Malang

2.2 Kajian Deduktif

2.2.1. Pengertian Jasa

Secara umum kata jasa adalah memberikan sesuatu pelayanan kepada orang lain yang membutuhkan pelayanan tersebut. Atau dapat juga diartikan dengan jasa tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan terhadap sesuatu (Tony Wijaya, 2011). Kotler (1996) mendefinisikan jasa adalah tindakan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu badan usaha kepada pihak lain yang bersifat tidak terwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Sedangkan menurut Payne (2000) mengemukakan jasa adalah “suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketakberwujudan yang berhubungan dengannya, melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan”.

Adapun karakteristik jasa menurut Kotler & Amstrong (1996) mengemukakan terdapat 4 karakteristik jasa antara lain :

1. *Intangibility* (Tidak berwujud)

Jasa tidak terwujud, tidak dapat dilihat, dicicipi, dirasakan dan didengar sebelum dibeli.

2. *Inseparability* (Tidak dipisahkan)

Jasa tidak dapat dipisahkan dari pemberi jasa itu, baik pemberi jasa itu adalah orang maupun mesin. Jasa tidak dapat dijejerkan pada rak-rak penjualan dan dibeli oleh konsumen kapan saja dibutuhkan.

3. *Variability* (Keanekarupaan)

Jasa sangat beraneka rupa, karena tergantung siapa yang menyediakan dan kapan serta di mana disediakan. Seringkali pembeli jasa menyadari akan keanekarupaan yang besar ini dan membicarakan dengan yang lain sebelum memilih satu penyedia jasa.

4. *Perishability* (Tidak dapat tahan lama)

Jasa tidak dapat tahan lama, karenanya tidak dapat disimpan untuk penjualan atau (Tjiptono, 1994) penggunaan dikemudian hari. Sifat jasa yang tidak tahan lama ini bukanlah masalah kalau permintaan tetap/teratur, karena jasa-jasa sebelumnya dapat dengan mudah disusum terlebih dahulu, kalau permintaan berfluktuasi, perusahaan jasa akan dihadapkan pada berbagai masalah yang sulit.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono

, 1994). Menurut Engel (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan pelanggan.

2.2.2. Pengertian Kualitas Layanan

Menurut J. Supranto (1997) kualitas adalah sebuah kata bagi penyedia jasa merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik. Suatu cara perusahaan jasa untuk tetap dapat unggul dan bersaing adalah memberikan jasa dengan kualitas lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Menurut Tjiptono (1998), harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau

acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Suatu cara perusahaan untuk tetap unggul dan bersaing adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingannya secara konsisten. Menurut Parasuraman, et al (1988) kualitas pelayanan merupakan perbandingan antaran pelayanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen. Jika kualitas pelayanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan , maka pelayanan dapat dikatakan berkualitas dan memuaskan.

2.2.3. Kriteria Penentu Kualitas Pelayanan Jasa

Menurut Philip Kotler (2002) terdapat 5 penentu kualitas jasa, yaitu :

1. *Tangible* (bukti fisik)

Bukti fisik merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal (konsumen, pemasok). Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Dimensi bukti fisik ini meliputi :

- a. Kemutakhiran peralatan, perlengkapan, dan teknologi.
- b. Kondisi sarana, kenyamanan, keleluasaan tempat usaha dan kebersihan gedung (tempat usaha).
- c. Tata letak peralatan dan barang yang menjadi fasilitas.
- d. Kondisi SDM perusahaan dan keselarasan fasilitas fisik dengan jenis pelayanan yang diberikan.

2. *Reliability* (kehandalan)

Keandalan yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan terpercaya dan akurat, konsisten dan kesesuaian dengan pelayanan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan. Dimensi keandalan ini meliputi :

- a. Ketepatan waktu pelayanan (jam kerja) sesuai dengan peraturan.
- b. Kesesuaian pelaksanaan pelayanan dengan prosedur yang telah ditetapkan untuk semua pelanggan tanpa ada kesalahan.
- c. Menyediakan berbagai pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.
- d. Serta sikap yang simpatik dan akurat tinggi.

3. *Responsiveness* (daya tanggap)

Daya tanggap yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas serta mendengar dan mengatasi keluhan/complain yang diajukan oleh konsumen. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Dimensi daya tanggap meliputi :

- a. Kejelasan informasi waktu penyampaian jasa.
- b. Kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan administrasi.
- c. Ketersediaan dan kecepatan tanggapan pegawai selalu membantu konsumen.
- d. Keleluasaan waktu pegawai untuk menanggapi permintaan konsumen dengan tepat.

4. *Assurance* (jaminan)

Jaminan yaitu berupa pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan keyakinan dan kepercayaan pelanggan terhadap janji yang telah dikemukakan perusahaan. Dimensi ini mencakup beberapa komponen, antara lain :

- a. Komunikasi (*communication*).
- b. Kredibilitas (*credibility*), kepercayaan terhadap perusahaan. Reputasi, prestasi, dll.
- c. Keamanan (*security*).
- d. Kompetensi (*competence*), pengetahuan yang dimiliki karyawan.
- e. Sopan santun (*courtesy*)

5. *Emphaty* (empati)

Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengopersian yang nyaman bagi pelanggan. Dimensi empati ini mencakup :

- a. Perhatian pegawai perusahaan kepada konsumen.
- b. Kemudahan memperoleh pelayanan.
- c. Pemahaman akan kebutuhan ataupun keluhan konsumen, serta

d. Kesungguhan pegawai dalam memberikan pelayanan.

Kesuksesan dan kegagalan suatu organisasi tidaklah tergantung pada peralatan, mesin-mesin maupun materi lain, tetapi justru pada sumber daya manusianya. Demikian pula pada industri jasa, sumber daya manusia yang berkualitas (baik dalam hal sifat maupun pengetahuan) sangat dibutuhkan sebagai pelaksana dan penunjang operasional dan manajemen industri jasa tersebut. Sehingga dari karyawan yang kinerjanya baik diharapkan dapat menghasilkan kualitas layanan yang baik dan memuaskan. Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan konsumen sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan yang di persepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya apabila layanan yang diterima konsumen tidak sesuai dengan yang harapan, maka kualitas layanan dapat dikatakan kurang bahkan buruk. Oleh sebab itu baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan konsumen. Selain itu, jasa biasanya juga mengandung unsur *experience quality* dan *credence quality* yang tinggi. *Experience quality* adalah karakteristik-karakteristik yang hanya dapat dinilai pelanggan setelah melakukan pembelian misalnya kualitas, efisiensi dan kesopanan. Sedangkan *credence quality* merupakan aspek-aspek yang dievaluasi, bahkan setelah pembelian dilakukan, misalnya sebagian besar sulit menilai peningkatan kemampuan berbahasa Inggrisnya setelah mengikuti kursus bahasa Inggris selama periode tertentu (Tjiptono, 2007).

2.2.4. Persepsi Konsumen

Menurut Suryani (2008), mendefinisikan persepsi sebagai proses di mana dalam proses tersebut individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimuli menjadi sesuatu yang bermakna.

Menurut Ranguti (1999) ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap persepsi konsumen atas suatu jasa, yaitu :

1. Harga

Harga yang terlalu rendah dapat saja menimbulkan persepsi bahwa produk yang ditawarkan tidak berkualitas, meskipun kenyataan tidak demikian. Sedangkan produk dengan harga tinggi dapat menimbulkan persepsi bahwa penjual tidak percaya kepada pembeli.

2. Citra

Citra yang buruk menimbulkan persepsi produk tidak berkualitas, sehingga konsumen mudah marah untuk kesalahan kecil sekalipun. Sedangkan citra baik menimbulkan persepsi produk tersebut berkualitas, sehingga konsumen memaafkan suatu kesalahan meskipun tidak untuk kesalahan berikutnya.

3. Tahap Pelayanan

Ketidakpuasan yang diperoleh pada tahap awal pelayanan menimbulkan persepsi bahwa kualitas pelayanan yang buruk untuk tahap pelayanan selanjutnya, sehingga konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan secara keseluruhan.

4. Momen Pelayanan

Kinerja pelayanan ditentukan oleh :

- a. Pelayanan
- b. Proses pelayanan
- c. Lingkungan fisik di mana pelayanan itu diberikan.

2.2.5. Kepuasan Pelanggan

Menurut Supranto (1997), kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pada dasarnya pengertian kepuasan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

2.2.6. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan menjadi salah satu topik penelitian yang sangat populer dalam paruh decade 1980an hingga paruh 1990an. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan telah menjadi hal yang sangat penting bagi setiap perusahaan. Karena pengukuran kepuasan pelanggan dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi perusahaan untuk keperluan pengembangan dan implementasi strategi kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dalam (Tjiptono, 2007) paling tidak ada empat metode yang banyak dipergunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan. Berikut merupakan metode pengukurannya :

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi jasa yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang telah diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang dapat diisi langsung maupun yang dapat dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shopper* untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/ pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan mengenai kekuatan serta kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah beralih pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/ penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit service* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, di mana peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya. Akan tetapi, kesulitan menerapkan metode ini adalah mengidentifikasi dan mengkontak mantan pelanggan yang bersedia memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya sebagian penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survei, baik via pos, telepon, *e-mail* maupun wawancara langsung. Melalui survei,

perusahaan akan memperoleh tanggapan maupun umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

2.3 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

2.3.1. Kuesioner

Kuesioner adalah instrument pengumpulan data atau informasi yang di operasionalisasikan ke dalam bentuk pertanyaan atau item. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui atribut-atribut apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Tujuan penyusunan kuesioner adalah untuk memperbaiki bagian-bagian yang dianggap kurang tepat untuk diterapkan dalam pengambilan data terhadap responden. Yang menjadi dasar pembatasan menentukan variabel-variabel tersebut adalah harus dapat dimengerti dan dirasakan manfaatnya. Kuesioner dapat berfungsi sebagai alat dan sekaligus teknik pengumpulan data yang berisi sederet pertanyaan dalam bentuk pertanyaan tertutup. Yang dimaksud dengan pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang membawa responden ke jawaban yang alternatifnya sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan dengan memberi tanda 'x' (Arikunto, 1998).

Dalam masalah ini, kuesioner untuk konsumen dibagi menjadi 2 (dua) bagian, yaitu :

1. Bagian I berisi tentang pertanyaan mengenai data umum responden.
2. Bagian II berisi pertanyaan mengenai kepentingan dan kepuasan pelanggan.

Bentuk pertanyaannya adalah tertutup dan responden menentukan pilihan jawaban berdasarkan apa yang sudah ditentukan. Menentukan nilai kepentingan dan kepuasan pelanggan mengenai kualitas jasa pemasaran yang digunakan terdiri dari 5 bagian, yaitu 1, 2, 3, 4, dan 5

Bobot untuk penilaian kepuasan adalah :

- | | |
|---------------------|-----|
| 1. Sangat Puas (SP) | : 5 |
| 2. Puas (P) | : 4 |
| 3. Cukup Puas (CP) | : 3 |
| 4. Tidak Puas (TP) | : 2 |

5. Sangat Tidak Puas (STP) : 1

Sedangkan bobot untuk penilaian kepentingan atau harapan adalah :

1. Sangat Penting (SP) : 5
2. Penting (P) : 4
3. Cukup Penting (CP) : 3
4. Tidak Penting (TP) : 2
5. Sangat Tidak Penting (STP) : 1

2.3.2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Arikunto, 1998). Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah para pelanggan Waroeng Spesial Sambal yang berlokasi di Jalan Kaliurang KM 12,5 Yogyakarta. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara *random* (secara acak).

2.4 Metode Customer Satisfaction Index (CSI)

Menurut Santoso (2006), CSI atau indeks kepuasan konsumen adalah sebuah angka yang menyatakan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen akan produsen tertentu. Adapun cara untuk mengukur CSI dilakukan melalui empat tahap (Aritonang, 2005), yaitu :

1. Menentukan *Mode Importance Score* (MIS), nilai ini berasal dari nilai dengan frekuensi tertinggi dari tiap atribut.

2. Menghitung *Weighting Factor* (WF)

Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\% \dots\dots\dots(2.1)$$

Di mana :

P : Atribut kepentingan ke-p

3. Menghitung *Weighted Score* (WS)

Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan nilai modus tingkat kinerja (*modus satisfaction score* = MSS)

$$MS_i = WFi \times MSS \dots\dots\dots (2.2)$$

4. Menghitung *Satisfaction Index* (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WSi}{HS} \times 100\% \dots\dots\dots (2.3)$$

Di mana :

P : Atribut kepentingan p

HS (*High Scale*) : Skala maksimum yang digunakan yaitu 5

Kriteria index kepuasan menggunakan kisaran 0,00 hingga 1,00 (tidak puas hingga sangat puas) yang dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 2.2 Kriteria Index Kepuasan

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81-1,00	Sangat Puas
0,66-0,80	Puas
0,51-0,65	Cukup Puas
0,35-0,50	Kurang Puas
0,00-0,34	Tidak Puas

Sumber : Aritonang dan Lerbin (2005)

2.5 Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

Analisis Importance Performance Analysis pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977). IPA sebagai rerangka kerja yang sederhana untuk menganalisis atribut-atribut produk. Suatu rangkaian atribut pelayanan yang berkaitan dengan layanan khusus dievaluasi berdasar tingkat kepentingan masing-masing atribut menurut konsumen dan bagaimana layanan dipersepsikan kinerjanya relatif terhadap masing-masing atribut. Analisis ini digunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap

tingkat kepentingan terhadap kualitas pelayanan (*Importance*) dengan tingkat kinerja kualitas pelayanan (*Performance*).

Langkah pertama untuk analisis kuadran adalah menghitung rata-rata penilaian kinerja (kepuasan) dan kepentingan untuk setiap atribut dengan rumus (Supranto, 2001):

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \dots\dots\dots(2.4)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \dots\dots\dots(2.5)$$

Di mana :

$\bar{X}$: Bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja atribut ke-i

$\bar{Y}$: Bobot rata-rata tingkat penilaian kepentingan atribut ke-i

N : Jumlah responden

Langkah selanjutnya adalah menghitung rata-rata tingkat kinerja (kepuasan) dan kepentingan untuk keseluruhan atribut dengan rumus :

$$\bar{\bar{X}}_l = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_l}{K} \dots\dots\dots(2.6)$$

$$\bar{\bar{Y}}_l = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_l}{K} \dots\dots\dots(2.7)$$

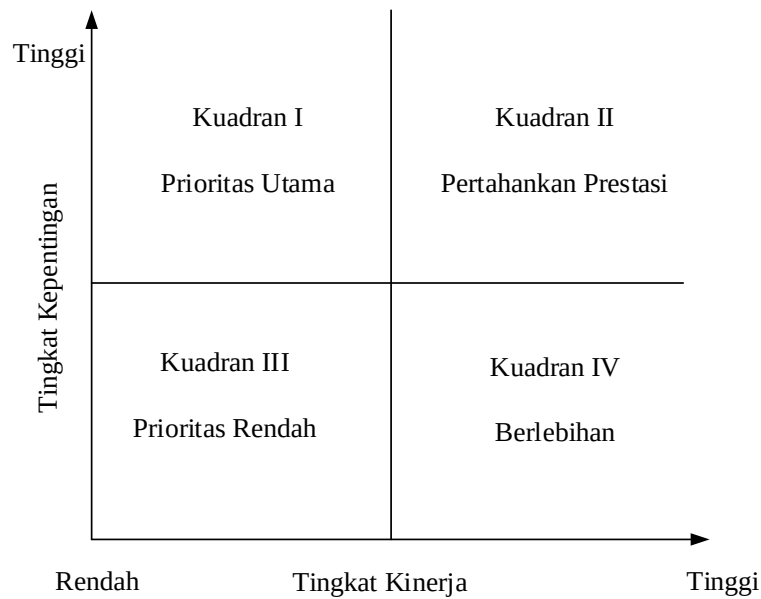
Keterangan :

$\bar{\bar{X}}$: Nilai rata-rata kinerja atribut

$\bar{\bar{Y}}$: Nilai rata-rata kepentingan atribut

K : Jumlah atribut yang mempengaruhi penilaian kinerja

Dalam *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan diagram Kartesius yang dibagi menjadi empat bagian dan dibatasi oleh dua garis berpotongan tegak lurus ($\bar{\bar{X}}$ dan $\bar{\bar{Y}}$) di mana $\bar{\bar{X}}$ merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja dan $\bar{\bar{Y}}$ merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan.



Gambar 2.1 **Diagram Kartesius**

Berikut merupakan uraian mengenai keempat kuadran tersebut :

1. Kuadran I (Prioritas Utama) :

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya atribut-atribut tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan. Tingkat kinerja atribut tersebut lebih rendah daripada tingkat harapan pelanggan terhadap atribut tersebut. Atribut-atribut dalam kuadran ini harus lebih ditingkatkan lagi kinerjanya agar dapat memuaskan pelanggan.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi) :

Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini menunjukkan bahwa atribut tersebut penting dan memiliki kinerja yang tinggi. Atribut ini perlu dipertahankan untuk waktu selanjutnya.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah) :

Atribut yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan terhadap atribut yang masuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.

4. Kuadran IV (Berlebihan) :

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Peningkatan kinerja atribut-atribut yang terdapat pada kuadran ini hanya akan menyebabkan terjadinya pemborosan sumber daya (Rangkuti,2006).

2.6 Analisis Gap

Kualitas layanan merupakan perbandingan atau selisih antara layanan yang dirasakan atau dipersepsikan konsumen (persepsi) dengan layanan ideal yang diinginkan atau diminta konsumen (harapan). Selisih antara persepsi dengan harapan disebut dengan “gap” atau kesenjangan kualitas layanan, yang dapat dirumuskan sebagai berikut (Parasuraman, 1988):

$$\text{Gap} = \text{Persepsi} - \text{Harapan} \dots\dots\dots(2.8)$$

Jika gap positif ($\text{persepsi} > \text{harapan}$), maka layanan dikatakan *surprise* dan sangat memuaskan.

Jika nilai gap nol ($\text{persepsi} = \text{harapan}$), maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.

Jika nilai gap negatif ($\text{persepsi} < \text{harapan}$), maka layanan dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan.

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Analisis Hasil Kuesioner

5.1.1 Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data pada penelitian ini menggunakan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat ketelitian (α) 10% ; $\alpha/2 = 0,05$; $Z_{\alpha/2} = 1,645$, dan didapatkan jumlah sampel minimal $67,65 \approx 68$ sampel. Dengan pengambilan sampel sebanyak 70 kuesioner, jumlah tersebut sudah cukup mewakili sebagai sampel dari suatu populasi karena data yang dibutuhkan minimal 68 sampel.

5.1.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu data kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid (sah) jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pada penelitian ini uji validitas diolah menggunakan *software* SPSS 18. Hasil dari pengolahan data akan didapatkan nilai r_{hitung} pada setiap butir pertanyaan berdasarkan *output* tabel *Correct Item-Total Corelation*. Dengan melihat hasil pengolahan data yang dilakukan semua butir pertanyaan dinyatakan *valid* atau sah hal tersebut dikarenakan r_{hitung} pada setiap pertanyaan sudah lebih besar sama dengan dari nilai r_{tabel} yaitu 0,235.

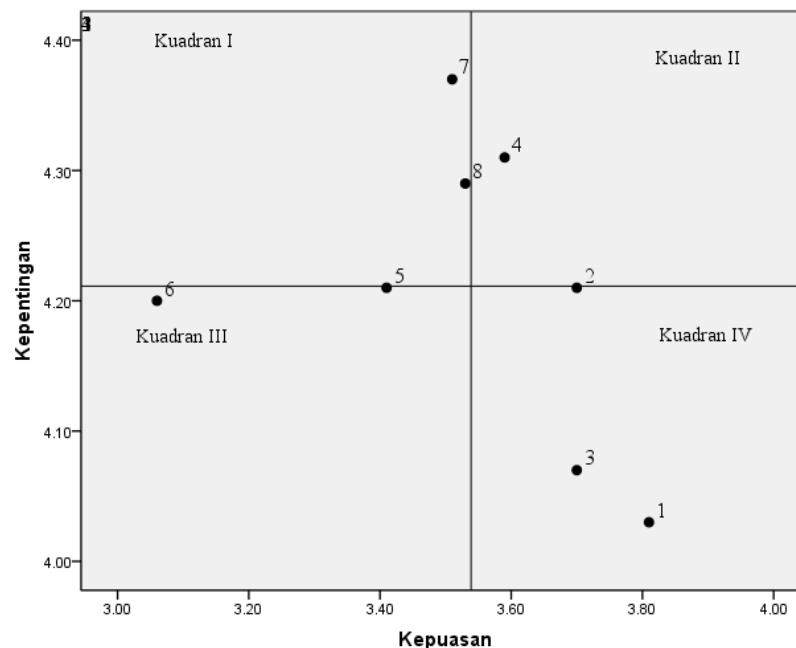
5.1.3 Uji Reliabilitas

Reliability yang berarti dapat dipercaya (tahan uji). Sebuah tes dikatakan reliabilitas tinggi jika tes tersebut memberikan data hasil yang konsisten walaupun diberikan pada

waktu yang berbeda kepada responden yang sama. Pengolahan data untuk uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS 18. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel *Cronbach's Alpha*, nilai yang didapatkan untuk variabel kinerja yaitu 0,959, sedangkan untuk variabel kepuasan sebesar 0,904. Dengan demikian butir kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel karena lebih dari 0,6

5.2 Importance Performance Analysis (IPA)

Setelah menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan data kinerja (kepentingan) dan kepuasan kepada pelanggan Waroeng Spesial Sambal Jalan Kaliurang KM 12,5, dapat diketahu tingkat kepentingan dan kepuasan atas pelayanan yang telah diberikan. Hasil tersebut telah dihitung pada pembahasan sebelumnya. Pada pembahasan tersebut berisikan nilai rata-rata tiap atribut tiap dimensi yang digunakan pada penelitian ini. Nilai $\bar{X}$ dan $\bar{Y}$ yang akan digunakan untuk menentukan letak kuadran tiap atribut pada diagram Kartesius dan terdapat nilai $\bar{\bar{X}}$ dan nilai $\bar{\bar{Y}}$, dimana kedua nilai tersebut akan berpotongan dan akan membagi diagram Kartesius menjadi empat kuadran. Setelah data-data diinput dalam *software* SPSS 18, maka diperoleh hasil diagram Kartesius pada setiap dimensi. Berikut merupakan diagram Kartesius dari dimensi *tangible* :



Gambar 5.1 Diagram Kartesius Dimensi *Tangible*

(Sumber : data primer dari responden yang telah diolah, 2017)

a. Kuadran I

Pada kuadran I ini memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya atribut-atribut tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan. Atribut-atribut pada dalam kuadran I harus ditingkatkan kinerjanya agar dapat memuaskan pelanggan. Berikut merupakan atribut-atribut pada dimensi *tangible* yang terdapat pada kuadran I :

Tabel 5.1 Hasil Kuadran I Dimensi *Tangible*

No	Atribut	Tingkat Kesesuaian	Action / Hold	Rata-Rata Y	Rata-Rata X	Nilai GAP	Prioritas
7	Kursi dan meja makan nyaman digunakan	80%	A	4.37	3.51	-0.86	1
8	Daftar menu yang jelas dan menarik	82%	A	4.29	3.53	-0.76	2

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai GAP yang paling rendah pada kuadran I dimensi *tangible* yaitu atribut kursi dan meja makan nyaman digunakan dengan nilai GAP -0,86, nilai tersebut mengakibatkan atribut kursi dan meja makan nyaman digunakan mendapatkan prioritas utama dan dengan tingkat kesesuaian 80% yang berada di bawah batas pengambilan keputusan tolok ukur yaitu sebesar 84% maka perlu adanya tindakan (*action*) untuk melakukan perbaikan pada atribut tersebut. Untuk atribut daftar menu yang jelas dan menarik mendapatkan prioritas kedua dengan nilai GAP -0,76 dan tingkat kesesuaian sebesar 82% yang masih kurang dari batas tolok ukur pengambilan keputusan, oleh karena itu atribut ini juga perlu dilakukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan

b. Kuadran II

Pada atribut kuadran II ini menunjukkan bahwa atribut tersebut penting dan memiliki kinerja yang tinggi. Atribut-atribut pada kuadran II ini perlu dipertahankan untuk waktu selanjutnya. Adapun atribut-atribut yang terdapat pada kuadran ini yaitu :

Tabel 5.2 Hasil Kuadran II Dimensi *Tangible*

No	Atribut	Tingkat Kesesuaian	Action / Hold	Rata-Rata Y	Rata-Rata X	Nilai GAP	Prioritas
4	Adanya tempat ibadah yang bersih dan nyaman digunakan	83%	A	4.31	3.59	-0.73	1
2	Ruang makan yang higienis (bersih)	88%	H	4.21	3.70	-0.51	2

c. Kuadran III

Atribut yang terdapat pada kuadran III ini dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan terhadap atribut yang masuk pada kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil. Berikut merupakan atribut-atribut yang terdapat pada kuadran III :

Tabel 5.3 Hasil Kuadran III Dimensi *Tangible*

No	Atribut	Tingkat Kesesuaian	Action / Hold	Rata-Rata Y	Rata-Rata X	Nilai GAP	Prioritas
6	Fasilitas tempat parkir yang memadai	73%	A	4.20	3.06	-1.14	1
5	Toilet yang bersih dan wangi	81%	A	4.21	3.41	-0.80	2

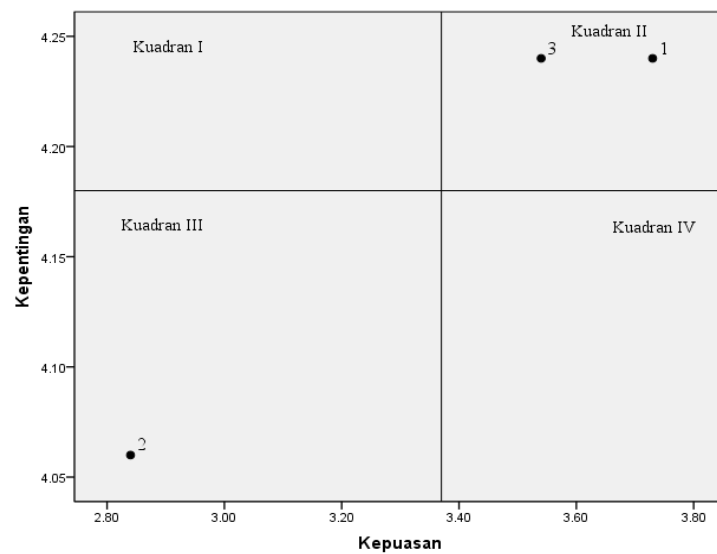
Tabel 5.3 menunjukkan atribut fasilitas tempat parkir yang memadai mendapatkan prioritas utama dengan nilai GAP -1,14 nilai tersebut merupakan nilai GAP terbesar pada dimensi *tangible*. Tingkat kesesuaian sebesar 73%, pada prioritas kedua terdapat atribut toilet yang bersih dan wangi, dengan nilai GAP -0,80 dan tingkat kesesuaian 81%. Kedua atribut tersebut perlu dilakukan tindakan (*action*) karena skor tingkat kesesuaian kurang dari batas tolok ukur pengambilan keputusan yakni sebesar 84%.

d. Kuadran IV

Pada kuadran IV ini memiliki atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Peningkatan kinerja atribut-atribut yang terdapat pada kuadran ini hanya akan menyebabkan terjadinya pemborosan sumber daya. Berikut merupakan atribut-atribut yang terdapat di kuadran IV :

Tabel 5.4 Hasil Kuadran IV Dimensi *Tangible*

No	Atribut	Tingkat Kesesuaian	Action / Hold	Rata-Rata Y	Rata-Rata X	Nilai GAP	Prioritas
3	Ketersedian perlengkapan yang ada di meja (tusuk gigi, tisu, asbak dll)	91%	H	4.07	3.70	-0.37	1
1	Kerapian karyawan Waroeng SS	93%	H	4.03	3.81	-0.21	2



Gambar 5.2 Diagram Kartesius Dimensi *Reliability*

(Sumber : data primer dari responden yang telah diolah, 2017)

Keterangan gambar :

1. Kemampuan karyaan dalam menyajikan makanan dan minuman (9).
2. Pelayanan yang cepat (10).
3. Ketelitian karyawan dalam melayani pelanggan (11).

a. Kuadran II

Pada kuadran II atribut-atribut unu menunjukkan bahwa atribut tersebut penting dan memiliki kinerja yang tinggi. Berikut merupakan atribut-atribut pada dimensi *reliability* yang terdapat di kuadran II :

Tabel 5.5 Hasil Kuadran II Dimensi *Reliability*

No	Atribut	Tingkat Kesesuaian	Action / Hold	Rata-Rata	Rata-Rata	Nilai GAP	Prioritas
				Y	X		
11	Ketelitian karyawan dalam melayani pelanggan	84%	A	4.24	3.54	-0.70	1
9	Kemampuan karyawan dalam menyajikan makanan dan minuman	88%	H	4.24	3.73	-0.51	2

b. Kuadran III

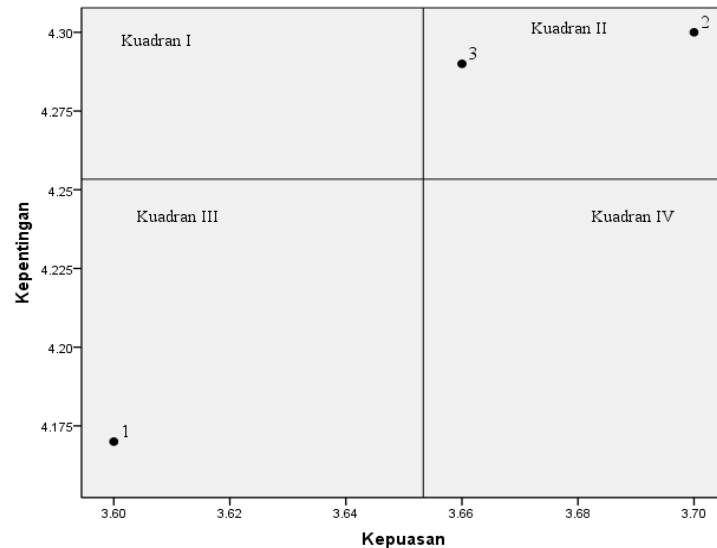
Pada kuadran ini mempunyai tingkat kepuasan yang rendah dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan pada atribut kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil. Berikut merupakan atribut yang terdapat pada kuadran III :

Tabel 5.6 Hasil Kuadran III Dimensi *Reliability*

No	Atribut	Tingkat Kesesuaian	Action / Hold	Rata-Rata	Rata-Rata	Nilai GAP	Prioritas
				Y	X		
10	Pelayanan yang cepat	70%	A	4.06	2.84	-1.21	1

Pada dimensi *reliability* hanya terdapat satu atribut yang terletak di kuadran III yaitu pelayanan yang cepat memiliki nilai tingkat kesesuaian paling rendah dari seluruh atribut yang ada yaitu sebesar 70% nilai tersebut kurang dari batas tolok ukur pengambilan keputusan sebesar 80% sehingga perlu untuk dilakukan *action* untuk memperbaiki kinerja

sehingga dapat memenuhi kepuasan pelanggan, dan atribut ini juga memiliki nilai GAP -1,21, nilai tersebut merupakan nilai paling rendah diantara atribut-atribut yang digunakan dalam penelitian ini.



Gambar 5.3 **Diagram Kartesius Dimensi Responsiveness**

(Sumber : data primer dari responden yang telah diolah, 2017)

Keterangan gambar :

1. Kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan (12).
2. Kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan (13).
3. Kemampuan karyawan dalam mengatasi pengaduan dari konsumen (14).

a. Kuadran II

Atribut pada kuadran ini menunjukkan bahwa atribut tersebut penting dan memiliki kinerja yang tinggi, sehingga atribut yang terdapat pada kuadran II perlu dipertahankan untuk waktu selanjutnya. Berikut atribut pada dimensi *responsiveness* yang terdapat pada kuadran II :

Tabel 5.7 Hasil Kuadran II Dimensi *Responsiveness*

No	Atribut	Tingkat Kesesuaian	Action / Hold	Rata-Rata Y	Rata-Rata X	Nilai GAP	Prioritas
14	Kemampuan karyawan dalam mengatasi pengaduan dari konsumen	86%	H	4.29	3.66	-0.63	1
13	Kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan	85%	A	4.30	3.70	-0.60	2

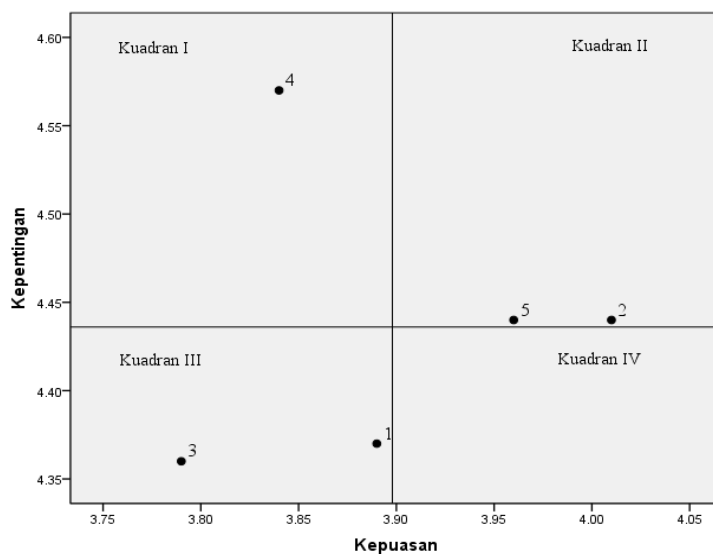
b. Kuadran III

Atribut dalam kuadran III dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Sehingga peningkatan terhadap atribut yang ada di kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruh yang dirasakan oleh Berikut merupakan atribut pada dimensi *responsiveness* yang terletak di kuadran III:

Tabel 5.8 Hasil Kuadran III Dimensi *Responsiveness*

No	Atribut	Tingkat Kesesuaian	Action / Hold	Rata-Rata Y	Rata-Rata X	Nilai GAP	Prioritas
12	Kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan	86%	H	4.17	3.60	-0.57	1

Berdasarkan tabel 5.8 terdapat atribut kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan yang terletak di kuadran III, atribut ini memiliki nilai GAP -0,57. Nilai tingkat kesesuaian sebesar 86%, dengan nilai tingkat kesesuaian yang sama dengan nilai tolok ukur pengambilan keputusan yakni sebesar 86%, maka atribut tersebut dapat dipertahankan (*hold*) kinerjanya.



Gambar 5.4 **Diagram Kartesius Dimensi Assurance**

(Sumber : data primer dari responden yang telah diolah, 2017)

Keterangan gambar :

1. Kesesuaian daftar menu terhadap menu yang tersedia (15).
2. Kesopanan dan keramahan karyawan terhadap pelanggan (16).
3. Pihak rumah makan bertanggung jawab jika terjadi kelalaian saat melakukan pelayanan (17).
4. Kualitas makanan dan minuman yang terjamin (18).
5. Keamanan pada saat melakukan pembelian di Rumah Makan ini (19).

a. Kuadran I

Atribut pada kuadran ini dianggap penting oleh pelanggan akan tetapi pada kenyataannya atribut-atribut tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan. Berikut merupakan atribut pada dimensi *assurance* yang terletak di kuadran I :

Tabel 5.9 Hasil Kuadran I Dimensi Assurance

No	Atribut	Tingkat Kesesuaian	Action / Hold	Rata-Rata Y	Rata-Rata X	Nilai GAP	Prioritas
18	Kualitas makanan dan minuman yang terjamin	84%	A	4.57	3.84	-0.73	1

Pada dimensi *assurance* atribut kualitas makanan dan minuman yang terjamin terdapat di kuadran satu. Nilai GAP pada atribut ini -0,73, dengan tingkat kesesuaian 84%, nilai tersebut kurang dari nilai batas tolok ukur pengambilan keputusan yang sebesar 88%, oleh karena itu pada atribut ini perlu dilakukan *action* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap kinerjanya.

b. Kuadran II

Atribut pada kuadran ini menunjukkan bahwa atribut-atribut tersebut penting dan memiliki kinerja tinggi, sehingga perlu untuk dipertahankan kinerjanya. Berikut merupakan atribut yang terdapat dalam kuadran II :

Tabel 5.10 Hasil Kuadran II Dimensi *Assurance*

No	Atribut	Tingkat Kesesuaian	Action / Hold	Rata-Rata	Rata-Rata	Nilai GAP	Prioritas
				Y	X		
19	Keamanan pada saat melakukan pembelian di Rumah makan ini	89%	H	4.44	3.96	-0.49	1
16	Kesopanan dan keramahan karyawan terhadap pelanggan	90%	H	4.44	4.01	-0.43	2

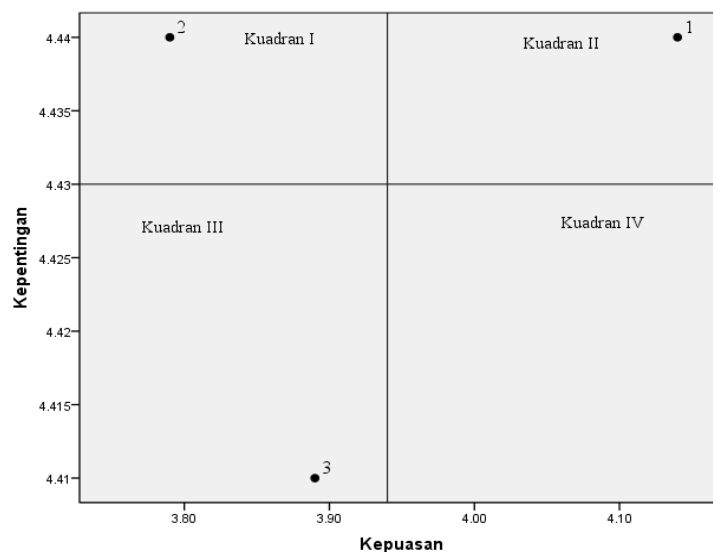
c. Kuadran III

Dalam atribut ini atribut-atributnya dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Adapun atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran III, antara lain :

Tabel 5.11 Hasil Kuadran III Dimensi *Assurance*

No	Atribut	Tingkat Kesesuaian	Action / Hold	Rata-Rata	Rata-Rata	Nilai GAP	Prioritas
				Y	X		
17	Pihak rumah makan bertanggung jawab jika terjadi kelalaian saat melakukan pelayanan	87%	A	4.36	3.79	-0.57	1
15	Kesesuaian daftar menu terhadap menu yang tersedia	89%	H	4.37	3.89	-0.49	2

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa atribut pihak rumah makan bertanggung jawab jika terjadi kelalaian saat melakukan pelayanan berada di kuadran III dengan nilai GAP -0,57, serta memiliki tingkat kesesuaian 87%. Nilai tersebut masih kurang dari batas tolok ukur pengambilan keputusan oleh karena itu perlu dilakukan tindakan untuk memperbaiki kinerjanya. Adapun atribut lain yang berada di kuadran III yaitu kesesuaian daftar menu terhadap menu yang tersedia. Atribut tersebut memiliki tingkat kesesuaian sebesar 89%, nilai tersebut lebih dari batas tolok ukur pengambilan keputusan yaitu sebesar 88%, sehingga atribut ini perlu untuk dipertahankan kinerjanya.

Gambar 5.5 Diagram Kartesius Dimensi *Emphaty*

(Sumber : data primer dari responden yang telah diolah, 2017)

Keterangan gambar :

1. Memberikan pelayanan kepada pelanggan tanpa memandang status (20).
2. Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan (21).
3. Karyawan memberikan pelayanan dengan sepenuh hati (22).

a. Kuadran I

Pada dimensi *emphaty* ini terdapat satu atribut yang terletak pada kuadran I yaitu :

Tabel 5.12 Hasil Kuadran I Dimensi *Emphaty*

No	Atribut	Tingkat Kesesuaian	Action / Hold	Rata- Rata	Rata- Rata	Nilai GAP	Prioritas
				Y	X		
21	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan	85%	A	4.44	3.79	-0.66	1

Dengan melihat tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil yang didapatkan yaitu atribut kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan ini terdapat pada kuadran I, dengan nilai GAP -0,66 dan atribut ini memiliki tingkat kesesuaian 85% dengan batas tolok ukur pengambilan keputusan sebesar 89%, nilai tingkat kesesuaian atribut ini kurang dari batas tolok ukur, maka perlu dilakukan tindakan (*action*) untuk meningkatkan kinerjanya.

b. Kuadran II

Kuadran II ini memiliki kinerja yang tinggi dan menunjukkan atribut penting. Berikut merupakan atribut yang terdapat dalam kuadran II :

Tabel 5.13 Hasil Kudran II Dimensi *Emphaty*

No	Atribut	Tingkat Kesesuaian	Action / Hold	Rata-Rata Y	Rata-Rata X	Nilai GAP	Prioritas
20	Memberikan pelayanan kepada pelanggan tanpa memandang status	93%	H	4.44	4.14	-0.30	1

c. Kuadran III

Atribut yang terletak di kuadran III dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Hal tersebut pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil. Adapun atribut dimensi *emphaty* yang terdapat dalam kuadran III yaitu :

Tabel 5 14 Hasil Kuadran III Dimensi *Emphaty*

No	Atribut	Tingkat Kesesuaian	Action / Hold	Rata-Rata Y	Rata-Rata X	Nilai GAP	Prioritas
22	Karyawan memberikan pelayanan dengan sepenuh hati	88%	A	4.41	3.89	-0.53	1

Pada dimensi *emphaty* yang terletak di kuadran III menurut hasil perhitungan yang telah dilakukan yaitu atribut tentang karyawan memberikan pelayanan dengan sepenuh hati. Atribut ini memiliki nilai GAP -0,53, dengan tingkat kesesuaian di bawah batas tolok ukur pengambilan keputusan yakni 89%, adapun nilai tingkat kesesuaian atribut ini sebesar 88%, oleh karena itu atribut ini perlu dilakukan tindakan untuk meningkatkan kinerjanya sehingga kepuasan pelanggan dapat terpenuhi.

5.3 Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan kepuasan konsumen secara menyeluruh terhadap pelayanan yang telah diberikan Waroeng Spesial Sambal. Pengukuran tingkat

kepuasan sangat penting dilakukan untuk mengetahui seberapa besar harapan yang dapat dipenuhi oleh pihak Waroeng SS. Dengan melihat hasil perhitungan yang telah dilakukan, didapatkan nilai untuk indeks kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan Waroeng Spesial Sambal yaitu sebesar 79,1%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut-atribut pelayanan yang telah diberikan secara keseluruhan masih belum dapat memuaskan pelanggan dan perlu peningkatan pada atribut-atribut yang penting.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Waroeng Spesial Sambal Jalan Kaliurang KM 12,5, Yogyakarta, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil yang didapatkan dari perhitungan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yaitu didapatkan indeks kepuasan sebesar 79,1 %. Nilai tersebut termasuk dalam kategori “puas”. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh pihak Waroeng Spesial Sambal. Namun dengan melihat hasil tersebut masih terdapat atribut-atribut yang perlu dilakukan perbaikan, sehingga dengan dilakukannya perbaikan untuk kedepannya dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.
2. Berdasarkan hasil perhitungan dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), maka diketahui atribut-atribut yang perlu untuk dilakukan perbaikan kinerja guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun hasil tersebut digolongkan berdasarkan dimensi yang digunakan dalam penelitian ini. Didapatkan hasil perhitungan nilai kesenjangan (gap) dengan nilai paling rendah yaitu -1,21, nilai tersebut terdapat pada dimensi kehandalan (*reliability*) dengan atribut (10) pelayanan yang cepat. Nilai gap yang berikutnya yaitu pada atribut (2) fasilitas tempat parkir yang memadai, di mana atribut termasuk dalam dimensi bukti fisik (*tangible*) dengan nilai gap -1,14. Pada dimensi jaminan (*assurance*) nilai gap terendah yaitu -0,73 merupakan hasil dari atribut (18) kualitas makanan dan minuman yang terjamin. Hasil perhitungan pada dimensi empati (*emphaty*)

dengan atribut (21) kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan mendapatkan nilai gap -0,66. Dan hasil perhitungan pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) didapatkan hasil nilai gap sebesar -0,63, nilai tersebut merupakan hasil dari atribut (14) kemampuan karyawan dalam mengatasi pengaduan dari konsumen. Hasil perhitungan nilai gap yang telah disebutkan merupakan nilai gap yang memiliki nilai negatif paling besar pada setiap atribut per dimensinya. Nilai gap negatif menunjukkan bahwa kepuasan kurang dari nilai kepentingan, maka layanan dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan. Oleh karena itu perlu dilakukan perbaikan kinerja pada setiap layanan untuk meningkatkan kepuasan dari konsumen.

6.2. Saran

Dengan melihat kesimpulan di atas dan perhitungan yang telah dilakukan, penulis memberikan saran berdasarkan atribut-atribut yang perlu dilakukan perbaikan atau tindakan (*action*). Adapun saran yang diberikan sebagai berikut :

1. Pada dimensi bukti fisik (*tangible*), atribut yang perlu dilakukan perbaikan yaitu fasilitas tempat parkir yang memadai, perbaikan dapat dilakukan dengan melakukan penataan tempat parkir kendaraan roda dua, dengan menatanya lebih rapi dan memberikan ruang sehingga proses keluar masuknya kendaraan dapat berjalan dengan lancar. Selain itu tanggung jawab, pelayanan serta keramahan penjaga parkir juga lebih di tingkatkan sehingga penjaga parkir tidak hanya meminta uang pada saat pelanggan akan keluar dari area parkir, namun penjaga parkir juga melayani pelanggan mulai dari datang hingga pergi meninggalkan Waroeng SS.
2. Perbaikan pada atribut kehandalan (*reliability*) terkait dengan kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, yaitu sebaiknya pihak manajemen Waroeng Spesial Sambal memberikan pelatihan khusus pada bagian dapur sehingga dapat memasak dengan lebih cepat. Atau dengan melihat rekaman makanan apa saja yang paling sering dipesan oleh pelanggan, dengan mengetahui makanan apa saja yang menjadi favorit pelanggan bagian dapur dapat memasak makanan tersebut menjadi setengah jadi terlebih dahulu, sehingga dapat mempersingkat waktu memasak dan pelanggan tidak perlu menunggu lama.

3. Atribut yang perlu dilakukan perbaikan pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) yaitu kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan. Sebaiknya karyawan selalu mengamati situasi yang ada di Waroeng SS, sehingga apabila terdapat pelanggan yang memerlukan bantuan, karyawan tersebut dapat dengan cepat mendatangi pelanggan tersebut, tanpa harus menunggu karyawan yang tadinya melayaninya pada saat awal datang. Hal tersebut dapat menimbulkan kepuasan tersendiri karena pelanggan merasa mendapatkan perhatian ekstra dari pihak Waroeng SS.
4. Pihak manajemen khususnya pada bagian dapur sebaiknya menjaga kebersihan baik bahan maupun alat yang digunakan untuk memasak, karena hal tersebut dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk datang ke Waroeng Spesial Sambal. (*assurance*)
5. Pada dimensi empati (*emphaty*), atribut yang perlu dilakukan tindakan (*action*) yaitu kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan. Sebaiknya karyawan Waroeng SS bekerja lebih fokus dan bekerja dengan profesional dengan tidak memikirkan hal yang sekiranya tidak terlalu penting diluar pekerjaan, karena apabila karyawan tidak fokus dalam bekerja akan mempengaruhi kinerja karyawan pada saat bekerja, sehingga jika terdapat pelanggan yang komplain akan memerlukan waktu untuk mengatasinya. Namun apabila karyawan Waroeng SS fokus pada saat bekerja, jika ada komplain dapat teratasi dengan cepat karena kemampuan karyawan dalam mengambil tindakan yang cepat.
6. Peningkatan kualitas pelayanan sebaiknya dilakukan dengan segera agar pelanggan puas dengan pelayanan Waroeng Spesial Sambal.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya.
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Aritonang R, L. R. (2005). *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Azwar, S. (2000). *Reliabilitas dan Validitas (edisi ketiga)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer : The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56.
- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium Dua*. Jakarta: Prenhallindo.
- Maiyanti, S. (2009). Aplied Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analisis (IPA) to know Student Satisfaction level of Sriwijaya University Library Services Jurusan Matematika Fakultas MIPA. Universitas Sriwijaya. 08.
- Parasuraman, Zeithaml, & Berry. (1988). SERVQUAL: A Multiple-item Scale For Measuring Customer Perception Of Service Quality. *Journal Of Retailing*, 64.
- Payne, A. (2000). *Pemasaran Jasa (The Essence of Service Marketing)*, Terjemahan Fandy Tjiptono, Edisi 1, Cet 1. Yogyakarta: Andi.
- Rangkuti, F. (1997). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (1999). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Samuel, Hatane, & Wijaya, N. (2009). Service Quality, Perceive Value, Satisfaction, Trust, dan Loyalty Pada PT. Kereta Api Indonesia Menurut Penilaian Pelanggan Surabaya. *Manajemen Pemasaran*, 23-37.
- Sudjana. (1982). *Teknik Analisis Regresi Dan Korelasi*. Bandung: Tarsito.
- Supranto, J. (1997). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Bineka Cipta.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Surabaya: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (1994). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Tjiptono, F. (1996). *Manajemen Jasa* (Vol. 1). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2007). *Pemasaran dan Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Utomo, H. S. (2010). *Manajemen Transportasi*. Malang: Pasca Sarjana Universitas Brawijaya.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.

**LAMPIRAN
KUISIONER PENELITIAN**

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN WAROENG SPESIAL SAMBAL
DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) DAN
CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)**

Assalamualaikum Wr. Wb,

Kepada Yth

Bapak/Ibu/Sdr/Sdri Pelanggan

Di Waroeng Spesial Sambal

Dengan Hormat,

Sebagai salah satu syarat dalam penyelesaian Tugas Akhir Program Strata-1 pada Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, maka dilakukan penelitian untuk mendapatkan data yang diharapkan, untuk mendukung hal itu maka dibuatlah kuisisioner ini. Kuisisioner ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan karyawan Waroeng SS. Untuk itu mohon kuisisioner ini diisi sesuai dengan apa yang diperoleh di lapangan.

Setiap jawaban yang anda berikan merupakan bantuan yang tidak ternilai harganya bagi penelitian ini.

Atas kesedian dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Peneliti,

Dimas Punto Aryo Wibisono

A. Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Pria
 - b. Wanita
3. Usia :
 - a. 18 - 25 tahun
 - b. 26 - 35 tahun
 - c. 36 – 45 tahun
 - d. 46 – 55 tahun
 - e. Lebih dari 55 tahun
4. Pendidikan Terakhir atau yang sedang ditempuh :
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. D1/ lainnya
 - e. S1/ lainnya

B. Pengukuran Tingkat Kepentingan (Harapan Konsumen) Dan Pengukuran Tingkat Kepuasan

Berikut merupakan pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut menurut persepsi Anda sebagai konsumen/pelanggan Waroeng Spesial Sambal Jalan Kaliurang Km 12,5 Yogyakarta. Dimohon Anda memberi penilaian dengan memberikan tanda *checklist* (✓) pada pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan kolom yang sudah disediakan di bawah ini :

Keterangan :

Nilai / Score	Skala Kepentingan	Skala Kepuasan
1	Tidak Penting	Tidak Puas
2	Kurang Penting	Kurang Puas
3	Cukup Penting	Cukup Puas
4	Penting	Puas
5	Sangat Penting	Sangat Puas

Berilah tanda *checklist* (✓) pada kolom nilai yang telah disediakan dan berikan penilaian sesuai dengan keadaan sebenarnya.

A. Tangibles (Bukti Fisik)	
1	Kerapian karyawan Waroeng SS
2	Ruang makan yang higienis (bersih)
3	Ketersediaan perlengkapan yang ada di meja (tusuk gigi, tisu, asbak dll)
4	Adanya tempat ibadah yang bersih dan nyaman digunakan
5	Toilet yang bersih dan wangi
6	Fasilitas tempat parkir yang memadai
7	Kursi dan meja makan nyaman digunakan
8	Daftar menu yang jelas dan menarik

Tingkat Kepentingan				
1	2	3	4	5

Tingkat Kepuasan				
1	2	3	4	5

B. Reliability (Keandalan)	
9	Kemampuan karyawan dalam menyajikan makanan dan minuman
10	Pelayanan yang cepat
11	Ketelitian karyawan dalam melayani pelanggan

Tingkat Kepentingan				
1	2	3	4	5

Tingkat Kepuasan				
1	2	3	4	5

C. Responsiveness (Daya Tanggap)	
12	Kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan
13	Kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan
14	Kemampuan karyawan dalam mengatasi pengaduan dari konsumen

Tingkat Kepentingan				
1	2	3	4	5

Tingkat Kepuasan				
1	2	3	4	5

D. Assurance (Jaminan)	
15	Kesesuaian daftar menu terhadap menu yang tersedia
16	Kesopanan dan keramahan karyawan terhadap pelanggan
17	Pihak rumah makan bertanggung jawab jika terjadi kelalaian saat melakukan pelayanan

Tingkat Kepentingan				
1	2	3	4	5

Tingkat Kepuasan				
1	2	3	4	5

D. Assurance (Jaminan)	
18	Kualitas makanan dan minuman yang terjamin
19	Keamanan pada saat melakukan pembelian di Rumah makan ini

Tingkat Kepentingan				
1	2	3	4	5

Tingkat Kepuasan				
1	2	3	4	5

E. Emphaty (Perhatian)	
20	Memberikan pelayanan kepada pelanggan tanpa memandang status
21	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan
22	Karyawan memberikan pelayanan dengan sepenuh hati

Tingkat Kepentingan				
1	2	3	4	5

Tingkat Kepuasan				
1	2	3	4	5

Rekapan Kepentingan

No	Pernyataan																						Skor	Rata-rata	X ²
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22			
1	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	108	4.91	11664
2	4	2	2	3	2	3	1	1	4	1	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	71	3.23	5041
3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	109	4.95	11881
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110	5.00	12100
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	109	4.95	11881
6	4	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105	4.77	11025
7	3	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	97	4.41	9409
8	5	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	95	4.32	9025
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110	5.00	12100
10	2	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	102	4.64	10404
11	3	4	5	5	5	5	5	5	3	3	2	2	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	94	4.27	8836
12	2	5	4	4	4	5	5	4	4	2	3	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	84	3.82	7056
13	3	4	5	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	98	4.45	9604
14	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	100	4.55	10000
15	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	92	4.18	8464
16	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	5	73	3.32	5329
17	5	5	4	3	3	1	3	4	4	4	3	3	4	4	4	2	4	5	3	4	4	3	79	3.59	6241
18	3	2	2	3	3	2	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	71	3.23	5041
19	3	3	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	96	4.36	9216
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110	5.00	12100
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110	5.00	12100
22	4	4	5	5	3	2	3	4	5	2	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	91	4.14	8281
23	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	108	4.91	11664

No	Pernyataan																						Skor	Rata-rata	X ²
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22			
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110	5.00	12100
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110	5.00	12100
26	4	4	3	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	89	4.05	7921
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	4.00	7744
28	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	73	3.32	5329
29	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	106	4.82	11236
30	5	5	5	5	5	3	5	4	4	2	3	4	4	4	5	5	3	5	5	5	4	5	95	4.32	9025
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110	5.00	12100
32	3	2	1	2	3	4	5	4	3	4	5	4	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	66	3.00	4356
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	66	3.00	4356
34	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	107	4.86	11449
35	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	80	3.64	6400
36	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	99	4.50	9801
37	3	3	5	5	5	4	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	99	4.50	9801
38	3	5	3	4	3	2	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	97	4.41	9409
39	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	92	4.18	8464
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	85	3.86	7225
41	4	5	5	4	4	3	4	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	89	4.05	7921
42	3	4	3	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4	5	89	4.05	7921
43	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	107	4.86	11449
44	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	109	4.95	11881
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110	5.00	12100
46	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	5	5	4	3	3	3	3	3	81	3.68	6561
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	106	4.82	11236
48	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	106	4.82	11236

No	Pernyataan																						Skor	Rata-rata	X ²
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22			
49	3	3	2	4	3	2	5	3	3	1	4	2	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	67	3.05	4489
50	5	4	5	4	3	5	4	5	4	4	5	3	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	93	4.23	8649
51	3	2	3	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99	4.50	9801
52	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	75	3.41	5625
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110	5.00	12100
54	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	107	4.86	11449
55	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	88	4.00	7744
56	4	4	5	4	4	3	5	4	4	1	3	2	3	3	4	5	4	5	5	4	3	3	82	3.73	6724
57	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	109	4.95	11881
58	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	108	4.91	11664
59	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	101	4.59	10201
60	3	4	2	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	76	3.45	5776
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110	5.00	12100
62	3	2	3	5	5	4	4	3	4	5	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	94	4.27	8836
63	3	4	3	2	2	3	3	3	4	3	2	2	2	2	3	4	3	4	3	5	5	3	68	3.09	4624
64	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	80	3.64	6400
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	4.00	7744
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	4.00	7744
67	4	3	4	2	3	4	3	5	4	3	2	3	4	2	5	3	3	4	3	3	4	3	74	3.36	5476
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110	5.00	12100
69	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	96	4.36	9216
70	5	5	3	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	100	4.55	10000
Jml	282	295	285	302	295	294	306	300	297	284	297	292	301	300	306	311	305	320	311	311	311	309	6614	300.64	637926
Rata-rata	4.03	4.21	4.07	4.31	4.21	4.20	4.37	4.29	4.24	4.06	4.24	4.17	4.30	4.29	4.37	4.44	4.36	4.57	4.44	4.44	4.44	4.41	94.49	4.29	9113.23

Rekapan Kepuasan

No	Pernyataan																						Skor	Rata-rata	X ²
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22			
1	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	94	4.27	8836
2	4	2	2	4	2	4	1	1	4	1	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	73	3.32	5329
3	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	99	4.50	9801
4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	83	3.77	6889
5	5	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	95	4.32	9025
6	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	87	3.95	7569
7	3	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	85	3.86	7225
8	5	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	91	4.14	8281
9	5	5	4	4	4	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	103	4.68	10609
10	3	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	68	3.09	4624
11	5	5	5	5	4	4	2	5	3	1	1	2	4	5	4	5	2	4	5	3	4	4	82	3.73	6724
12	3	3	4	3	3	2	3	4	3	1	1	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	67	3.05	4489
13	3	4	5	3	3	3	4	4	3	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	77	3.50	5929
14	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	100	4.55	10000
15	3	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81	3.68	6561
16	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	77	3.50	5929
17	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	3	85	3.86	7225
18	3	2	2	3	3	2	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	71	3.23	5041
19	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	75	3.41	5625
20	5	5	1	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	85	3.86	7225
21	4	4	4	3	3	4	3	4	4	2	3	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3	4	72	3.27	5184
22	5	4	5	5	3	2	3	4	5	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	93	4.23	8649
23	3	3	4	4	3	2	2	4	2	2	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	76	3.45	5776

No	Pernyataan																						Skor	Rata-rata	X ²
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22			
24	4	3	4	2	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	79	3.59	6241
25	4	4	4	2	3	2	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	75	3.41	5625
26	4	4	3	4	3	3	3	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	91	4.14	8281
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84	3.82	7056
28	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	2	3	3	74	3.36	5476
29	4	5	5	5	3	2	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	94	4.27	8836
30	5	5	5	5	5	3	5	4	4	1	3	4	4	3	5	5	4	5	5	5	4	5	94	4.27	8836
31	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	91	4.14	8281
32	3	4	5	5	4	3	2	1	2	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	3.27	5184
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	66	3.00	4356
34	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	79	3.59	6241
35	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	79	3.59	6241
36	5	4	4	3	3	2	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	80	3.64	6400
37	3	3	5	5	5	4	5	4	3	2	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	92	4.18	8464
38	3	5	3	4	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	70	3.18	4900
39	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	89	4.05	7921
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	85	3.86	7225
41	4	5	5	4	4	3	4	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	89	4.05	7921
42	3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	68	3.09	4624
43	4	5	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	99	4.50	9801
44	5	3	1	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78	3.55	6084
45	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	86	3.91	7396
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86	3.91	7396
47	4	4	3	3	3	3	2	3	4	1	4	3	4	3	4	5	4	3	3	5	4	4	76	3.45	5776
48	3	3	3	2	3	2	3	3	4	1	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	69	3.14	4761

No	Pernyataan																						Skor	Rata-rata	X ²
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22			
49	4	3	3	3	3	2	5	3	4	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	5	69	3.14	4761
50	5	4	5	4	3	5	4	5	4	4	5	3	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	93	4.23	8649
51	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	1	3	2	1	3	2	2	3	2	4	3	2	52	2.36	2704
52	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	83	3.77	6889
53	5	5	5	4	3	4	5	1	3	1	5	5	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	90	4.09	8100
54	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	89	4.05	7921
55	4	3	4	2	2	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	72	3.27	5184
56	4	4	5	4	4	3	5	4	4	1	3	2	3	3	4	5	4	5	5	4	3	3	82	3.73	6724
57	3	3	3	2	2	1	3	2	3	1	2	3	4	3	3	4	3	2	3	4	3	3	60	2.73	3600
58	3	3	3	3	3	1	2	2	4	1	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	63	2.86	3969
59	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86	3.91	7396
60	3	4	2	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	77	3.50	5929
61	3	3	2	4	3	1	3	1	5	4	2	5	5	3	5	4	1	1	5	5	2	5	72	3.27	5184
62	4	2	3	5	3	2	4	3	3	2	3	3	2	2	5	3	4	2	5	5	5	3	73	3.32	5329
63	3	4	3	2	2	3	3	3	4	3	2	2	2	2	3	4	3	4	3	5	5	3	68	3.09	4624
64	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	5	4	5	67	3.05	4489
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	4.00	7744
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	4.00	7744
67	3	3	5	3	4	4	5	3	2	3	4	4	2	3	3	5	4	3	4	3	2	3	75	3.41	5625
68	4	4	4	4	3	2	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	78	3.55	6084
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	91	4.14	8281
70	3	4	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	3	2	3	2	3	4	4	3	3	68	3.09	4624
Jml	267	259	259	251	239	214	246	247	261	199	248	252	259	256	272	281	265	269	277	290	265	272	5648	256.73	463422
Rata-rata	3.81	3.70	3.70	3.59	3.41	3.06	3.51	3.53	3.73	2.84	3.54	3.60	3.70	3.66	3.89	4.01	3.79	3.84	3.96	4.14	3.79	3.89	80.69	3.67	6620.31

Identitas Responden

No	Data Responden		
	JK	U	P
1	a	a	c
2	a	a	e
3	b	a	c
4	a	a	e
5	b	b	e
6	b	a	c
7	b	a	c
8	b	a	c
9	b	a	c
10	b	a	c
11	b	a	d
12	b	a	e
13	b	a	d
14	a	a	a
15	a	a	e
16	a	a	c
17	a	a	c
18	b	a	e
19	b	a	c
20	b	a	c
21	b	a	e
22	b	a	c
23	b	a	c
24	b	a	c
25	b	a	c
26	b	a	c
27	b	a	c
28	a	a	e
29	b	a	c
30	a	a	e
31	b	a	e
32	b	a	e
33	b	a	e
34	b	a	c
35	a	a	e
36	a	a	e
37	b	a	c
38	a	a	c
39	b	a	c
40	b	a	c

No	Data Responden		
	JK	U	P
41	b	a	c
42	b	a	c
43	b	a	c
44	a	a	e
45	b	a	e
46	a	b	d
47	a	a	e
48	a	a	e
49	b	a	c
50	a	a	c
51	a	a	e
52	b	a	e
53	b	a	e
54	b	a	e
55	b	a	e
56	a	a	e
57	b	a	e
58	b	a	e
59	a	a	e
60	a	b	c
61	b	a	c
62	a	a	c
63	b	a	c
64	a	c	e
65	b	a	c
66	b	a	c
67	a	a	c
68	b	a	e
69	b	a	c
70	a	a	e

Keterangan :

JK : Jenis Kelamin

U : Umur

P : Pendidikan Terakhir atau yang sedang ditempuh

OUTPUT SPSS

Uji Validitas Kinerja

Case Processing Summary

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

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	90.4571	176.252	.493	.960
X2	90.2714	172.809	.612	.958
X3	90.4143	170.565	.656	.958
X4	90.1714	169.564	.790	.956
X5	90.2714	169.766	.791	.956
X6	90.2857	169.598	.670	.958
X7	90.1143	174.856	.592	.959
X8	90.2000	176.046	.564	.959
X9	90.2429	173.346	.694	.957
X10	90.4286	165.002	.744	.957
X11	90.2429	171.201	.688	.958
X12	90.3143	167.552	.785	.956
X13	90.1857	170.762	.806	.956
X14	90.2000	168.220	.825	.956
X15	90.1143	172.595	.701	.957
X16	90.0429	172.737	.703	.957
X17	90.1286	172.780	.817	.956
X18	89.9143	175.123	.774	.957
X19	90.0429	171.926	.825	.956
X20	90.0429	172.795	.757	.957
X21	90.0429	175.781	.657	.958
X22	90.0714	174.009	.737	.957

Uji Reliabilitas Kinerja

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.959	22

Uji Validitas Kepuasan

Case Processing Summary

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

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

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	76.87	103.070	.567	.900
VAR00002	76.99	102.913	.500	.901
VAR00003	76.99	102.826	.398	.904
VAR00004	77.10	101.483	.562	.899
VAR00005	77.27	103.447	.537	.900
VAR00006	77.63	101.541	.487	.901
VAR00007	77.17	102.260	.468	.902
VAR00008	77.16	103.642	.382	.904
VAR00009	76.96	102.969	.516	.900
VAR00010	77.84	99.642	.456	.904
VAR00011	77.14	98.588	.642	.897
VAR00012	77.09	101.906	.537	.900
VAR00013	76.99	102.072	.540	.900
VAR00014	77.03	101.622	.622	.898
VAR00015	76.80	105.148	.462	.902
VAR00016	76.67	101.702	.643	.898
VAR00017	76.90	100.381	.639	.897
VAR00018	76.84	99.758	.667	.897
VAR00019	76.73	101.534	.676	.897
VAR00020	76.54	105.991	.372	.903
VAR00021	76.90	104.439	.432	.902
VAR00022	76.80	102.858	.544	.900

Uji Relibilitas Kepuasan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	22