ANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN RACE ORGANIZER TERHADAP KEPUASAN PELARI DENGAN PENDEKATAN METODE *SERVQUAL* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

(Studi Kasus Pada Mesarace Organizer)

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Melaksanakan Tugas Akhir Pada

Program Studi Teknik Industri

Disusun Oleh :

Nama : MUHAMAD IKHSAN SITYARDI

No. Mahasiswa : 12 522 264

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2018

ii

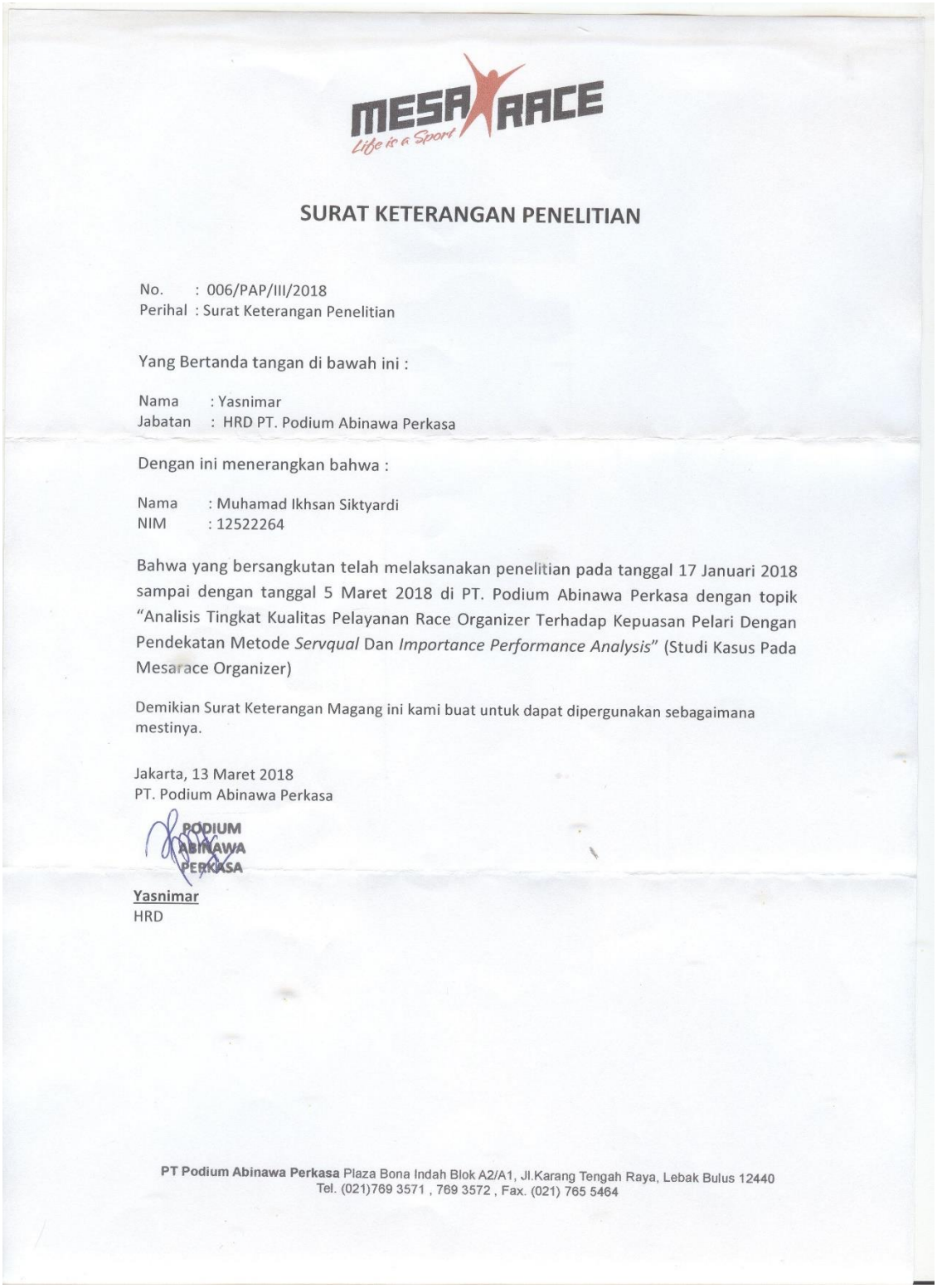
PERNYATAAN KEASLIAN

Demi Allah, saya akui bahwa karya ini adalah hasil karya 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 oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, Maret 2018

Muhamad Ikhsan Sityardi

SURAT BUKTI PENELITIAN



MESA RACE
Life is a Sport

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

No. : 006/PAP/III/2018
Perihal : Surat Keterangan Penelitian

Yang Bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yasnimar
Jabatan : HRD PT. Podium Abinawa Perkasa

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Muhamad Ikhsan Siktyardi
NIM : 12522264

Bahwa yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian pada tanggal 17 Januari 2018 sampai dengan tanggal 5 Maret 2018 di PT. Podium Abinawa Perkasa dengan topik "Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Race Organizer Terhadap Kepuasan Pelari Dengan Pendekatan Metode *Servqual* Dan *Importance Performance Analysis*" (Studi Kasus Pada Mesarace Organizer)

Demikian Surat Keterangan Magang ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 13 Maret 2018
PT. Podium Abinawa Perkasa

PODIUM ABINAWA PERKASA

Yasnimar
HRD

PT Podium Abinawa Perkasa Plaza Bona Indah Blok A2/A1, Jl.Karang Tengah Raya, Lebak Bulus 12440
Tel. (021)769 3571 , 769 3572 , Fax. (021) 765 5464

iv

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

ANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN RACE ORGANIZER TERHADAP KEPUASAN PELARI DENGAN PENDEKATAN METODE *SERVQUAL* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

(Studi Kasus Pada Mesarace Organizer)

TUGAS AKHIR

Oleh

Nama	**: Muhamad Ikhsan Sityardi**
No. Mahasiswa	**: 13 522 264**
Fak/Jurusan	**: FTI/Teknik Industri**

Yogyakarta, 12 Maret 2018

Pembimbing,

(Ir. Hudaya, MM)

v

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

ANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN RACE ORGANIZER TERHADAP KEPUASAN PELARI DENGAN PENDEKATAN METODE *SERVQUAL* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*
(Studi Kasus Pada Mesarace Organizer)

TUGAS AKHIR

Oleh

Nama : Muhamad Ikhsan Sityardi

No. Mahasiswa : 12522264

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

Yogyakarta, April 2018

Tim Penguji

Ir. Hudaya, MM. _____
Ketua

Ir. Sunaryo, MP. _____
Anggota I

Wahyudhi Sutrisno, S.T., MM. _____
Anggota II

Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri

Universitas Islam Indonesia

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

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin...

Saya persembahkan skripsi ini untuk ayahku Bapak Hardiyono dan Ibuku Siti Sumiyati yang telah mencintai dan membesarkanku hingga detik ini dengan segala kekurangan yang saya miliki. Teruntuk ibuku yang senantiasa sabar mendidikku, dan ayah yang selalu memberikan support kepadaku tanpa hentinya. Kalian selalu mengajarkanku pentingnya menuntut ilmu, bekerja keras dan selalu berjuang. Kepada adikku Furqi Solekhatun Sityardi, Burhanudin Adnan Sityardi dan Muhsinatun Latifah Sityardi, berjuanglah lebih keras dari yang mas bisa lakukan. Dan mari senantiasa berada di JalanNya

Kepada bapak dekan Imam Djati widodo yang sabar mendidik saya dan mengarahkan, kepada bapak Hudaya selaku dosen pembimbing serta kepada seluruh dosen FTI UII terimakasih atas segala ilmu yang diberikan dan kemurahan hatinya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Trimakasih

HALAMAN MOTTO

إِنَّ مَعَ ٱلْعُسْرِ يُسْرًا ۝٦

"Sungguh, bersama kesukaran pasti ada kemudahan"

(Q.S Al insyirah: 6)

"Where there is a will there is a way"

(Munzilin)

"Your Only Limit Is You Are"

(Runner)

"I may a slow walker, but I never walk backwards"

(Muhammad Ridwansyah)

"Jujur Selalu Lebih Baik"

(Chennal Breen)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang tak henti-hentinya memberikan segala kenikmatan dan rahmat kepada seluruh hamba-Nya. Tak lupa sholawat serta salam senantiasa dihaturkan kepada nabi besar Muhammad SAW yang telah berjuang dan membimbing kita keluar dari kegelapan menuju jalan terang benderang untuk menggapai ridho Allah SWT.

Dengan Rahmat dan Hidayah Allah SWT, Tugas Akhir yang berjudul "Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Race Organizer Terhadap Kepuasan Pelari Dengan Pendekatan Metode *Servqual* Dan *Importance Performance Analysis*" dapat terselesaikan dengan baik. Adapun tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan Tugas Akhir pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyelesaian penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan secara langsung maupun tidak langsung, oleh sebab itu dengan penuh rasa syukur penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Imam Djati Widodo, M.Eng.Sc., Selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Yuli Agusti Rochman ST., M.Eng Selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Ir. Hudaya, MM Selaku Dosen Pembimbing yang selalu membimbing, memberikan solusi, saran, dan masukan dalam penyelesaian Tugas Akhir.
4. Kedua orang tuaku tercinta, yakni Bapak Hardiyono dan Ibu Siti Sumiyati yang selalu memberikan kasih sayang, kepercayaan, motivasi, doa yang tidak pernah ada habisnya, yang rela berkorban demi apapun. Yang akan menjadi inspirasi terhebat untuk melangkah maju dan mewujudkan impian.
5. Adik-adikku Furqi, Adnan dan Latifah yang selalu mendukungku.

6. *For Chennal that always believes me that I can do this, for all your sabar and your support.*
7. Mas Pandu dan seluruh Crew Mesarace Organizer yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
8. Teman-teman dan keluarga The Road hunters Bang Enos, mas Ardhi, Indra, Bobby, Coach Taufiq, David, Mansyah, Danu, Vikas, Gepeng yang selalu saling mensupport, berkerja bersama, susah dan senang bersama.
9. Keluarga Teknik Industri Angkatan 2012, 2013 dan 2014 yang telah memberikan motivasi, inspirasi, dan selalu membantu untuk perjalanan kuliahku.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu telah membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Akhir kata penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat khususnya di dunia ilmu pengetahuan dan untuk peningkatan kalitas yang lebih baik bagi perusahaan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih banyak terdapat kekurangan sehingga dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan untuk masa mendatang.
Wassalumu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, Maret 2018

Muhamad Ikhsan Sityardi

ABSTRAK

Mesarace merupakan perusahaan management lomba yang dalam aktifitasnya berkaitan dengan pengelolaan lomba –lomba olahraga baik lari hingga *duathlon*. Semakin banyaknya event lari yang ada di Indonesia membuat pelari semakin selektif dalam memilih lomba yang akan diikuti, event Mandiri Jogja Marathon menjadi event dengan skala nasional dan diikuti pelari hingga mancanegara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelari dengan pelayanan yang telah diberikan Mesarace. Metode Servqual digunakan untuk melihat gap antara persepsi dengan harapan konsumen selanjutnya mengenterpretasikannya dalam diagram menggunakan metode IPA. Hasilnya menunjukkan dari 5 dimensi yang diteliti dengan 34 atribut menunjukkan nilai negatif dan pendekatan metode IPA menemukan atribut dalam kuadran A harus segera diperbaiki meliputi : kemudahan melakukan registrasi dengan nilai *gap* sebesar -1,569 , kemampuan mengamankan jalur lari yang dilalui steril dari kendaraan dengan nilai *gap* sebesar -1,500, kecepatan tenaga medis dalam merespon peserta dengan *gap* sebesar -1,440, kemudahan mengakses web site dengan nilai *gap* sebesar -1,440, ketersediaan fasilitas penunjang dengan nilai *gap* sebesar -1,345, keamanan di race area -1,250, rumah sakit rujukan yang disediakan -1,172, race organizer mengganti atribut jika tidak sesuai atau cacat dengan nilai *gap* sebesar -1,138, semua crew race organizer dan volunteer mengetahui *detile event* dengan nilai *gap* sebesar -1,129, ketanggapan crew saat melayani complain dengan nilai *gap* sebesar -1,112, ketepatan informasi yang diberikan oleh crew -1,009.

Kata kunci : *Race Organizer, Marathon, Servqual, Importance Performance Analysis*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN ..... **Error! Bookmark not defined.**
SURAT BUKTI PENELITIAN iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING ..... **Error! Bookmark not defined.**
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI iv
HALAMAN PERSEMBAHAN vii
HALAMAN MOTTO viii
KATA PENGANTAR ix
ABSTRAK xi
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xv
DAFTAR GAMBAR xvi
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Batasan Masalah 4
1.4 Tujuan Penelitian 4
1.5 Manfaat Penelitian 5
1.6 Sistematika Penelitian 5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 7
2.1 Kajian Induktif 7
2.2 Lari Marathon 10
2.3 Jasa 11
2.3.1 Karakterisitik jasa 11
2.3.2 Kualitas jasa 12
2.3.3 Kualitas Pelayanan Jasa 13
2.4 Kepuasan Konsumen 14
2.5 Event Organizer 15
2.6 *SERVQUAL* 16
2.7 *Important Performance Analysis* 17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 19
3.1 Diagram Alir Penelitian 19

3.2 Objek Penelitian 20
3.3 Identifikasi Masalah 20
3.4 Kajian Literatur 20
3.5 Populasi dan sample 20
3.6 Skala Likert 21
3.7 Metode Pengumpulan Data 23
3.8 Jenis Data 23
3.9 Uji Kecukupan Data 24
3.10 Uji Validitas 24
3.11 Uji reliabilitas 25
3.12 Pengolahan Data Servqual 25
3.13 Analisis Data 26
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA 27
4.1 Pengumpulan Data 27
4.2 Uji kecukupan data 27
4.3 Pengolahan Data Profil Responden 28
4.4 Uji Validitas 28
4.4.1 Uji Validitas Persepsi Pelanggan 29
4.4.2 Uji Validitas Harapan Pelanggan 32
4.5 Uji Reliabilitas. 34
4.5.1 Uji Reliabilitas Persepsi 35
4.5.2 Uji Reliabilitas Harapan 36
4.6 Pengolahan Data *Servqual* 37
4.6.1 *Tangible* 37
4.6.2 *Reliability* 38
4.6.3 *Responsiveness* 38
4.6.4 *Assurance* 39
4.6.5 *Empathy* 40
4.6.6 Data *Ranking Gap* Keseluruhan 40
4.6.7 Perhitungan Kualitas Pelayanan 42
4.7 *Importance PerformanceAnalysis* 43
BAB V PEMBAHASAN 46
5.1 Analisis Kualitas Jasa Pelayanan 46

5.2 Uji Kecukupan Data 46
5.3 Uji Validitas 47
5.4 Uji Reliabilitas 47
5.5 *Service Quality* 48
5.5.1 Analisa *Tangible* 48
5.5.2 Analisa *Reliability* 49
5.5.3 Analisa *Responsiveness* 50
5.5.4 Analisa *Assurance* 50
5.5.5 Analisa *Empathy* 51
5.6 *Analisis* Kualitas Pelayanan 52
5.7 Analisis *Importance Performance Analysis* 53
5.7.1 *Concentrate Here* (Kuadran A) 53
5.7.2 *Keep Up The Good Work* (Kuadran B) 54
5.7.3 *Low Priority* (Kuadran C) 55
5.7.4 *Possible Overkill* (Kuadran D) 56
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN 57
6.1 Kesimpulan 57
6.2 Saran 58
DAFTAR PUSTAKA 59
LAMPIRAN 592

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Uji Validitas Persepsi Pelanggan 29
Tabel 4.2 Uji Validitas Harapan Pelanggan 32
Tabel 4.3 Tingkat Reliabilitas 35
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Persepsi 35
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Harapan 36
Tabel 4.6 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi *Tangible* 37
Tabel 4.7 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi *Reliability* 38
Tabel 4.8 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi *Responsiveness* 39
Tabel 4.9 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi *Assurance* 39
Tabel 4.10 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi *Empathy* 40
Tabel 4.11 Data *Ranking Gap* Seluruh Atribut 40
Tabel 4.12 Perhitungan Kualitas Pelayanan 42
Tabel 4.13 Nilai Keanggotaan Kuadran 44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kuadran Importance Performance Analysis 17
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian 19
Gambar 4.1 Diagram Kartesius 43

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Belakangan ini, olahraga lari semakin populer di Indonesia. Selain karena olahraga ini menyehatkan, olahraga ini juga murah dan siapapun dapat melakukannya, baik dengan menggunakan sepatu maupun dengan *barefoot.* Sekarang lari tidak hanya menjadi tren musiman, lebih dari itu lari telah menjadi *lifestyle* untuk berbagai kalangan. Dengan berlari badan menjadi lebih sehat, metabolisme bekerja dengan baik, tubuh dapat mengeluarkan toksin dan selain itu tubuh juga akan melepaskan *endorphin* yang menimbulkan perasaan senang. Bagi pelari selain manfaat kesehatan yang didapatkan, pelari juga menantang diri sendiri untuk memperbaiki catatan waktunya baik kategori jarak menengah sampai jarak jauh *half marathon* dan *full marathon* dengan mengikuti berbagai perlombaan lari di Indonesia sekaligus berwisata *sport tourism*. Setidaknya terhitung delapan tahun belakangan ada puluhan lomba lari diselenggarakan di Indonesia setiap tahunnya.

Berbeda dengan negara tetangga, Singapura. Olah raga lari, khususnya Marathon sudah mulai diselenggarakan di Singapura mulai tahun 1982. Sedangkan di Indonesia, event lari marathon pertama kali untuk masyarakat umum diselenggarakan belum lama ini pada tahun 2012. Pada tahun 2012 hanya tercatat satu lomba lari *road* marathon yang diselenggarakan untuk umum. Namun seiring menjamurnya olah raga lari ini tahun 2017 tercatat lebih dari 10 lari marathon diselenggarakan di kota kota besar seperti Bandung, Jakarta, Bali, Lombok, Palu dan Yogyakarta.

Yogyakarta merupakan tujuan wisata dalam negeri yang cukup menjanjikan dengan berbagai sebutan sebagai kota pendidikan, kota budaya, kota sejarah dan lain sebagainya. Pariwisata Yogyakarta meliputi: wisata budaya, wisata alam, wisata kuliner, hiburan & rekreasi, minat khusus, MICE (Meeting, Invensi, Convensi, Expo), wisata pendidikan dan wisata belanja. (Umami, 2015). Tahun 2017 unutk pertama

kalinya lomba marathon road diadakan diselenggarakan di Yogyakrta. Tahun lalu tidak kurang dari 10.000 pelari dari semua kategori 5km, 10km, half marathon dan full marathon, dan lebih dari setengah peserta berasal dari luar daerah yang sengaja berwisata ke Yogyakarta untuk mengikuti event lari Mandiri Jogja marathon (MJM).

Jika dilihat lebih lanjut kesuksesan penyelenggaraan event lari marathon pasti tidak terlepas dari seseorang atau beberapa orang yang saling bekerjasama untuk menyukseskan acara tersebut. Mereka merancang dan merencanakan acara agar dapat berjalan dengan lancar dan sesuai tujuan. Orang – orang atau kelompok tersebut dapat disebut dengan Event Organizer (Megananda et al., 2009). Dengan semakin banyaknya lomba lari marathon yang ada di Indonesia, pelari belakangan ini memilih lomba dengan lebih selektif. Ini menjadi tantangan tersendiri bagi event organizer dan race organizer untuk memberikan service pelayanan terbaik di masing-masing lomba yang mereka kelola.

Beberapa race organizer memiliki cara tersendiri dalam memberikan pelayanannya terhadap para pelari, begitu pula dengan strategi marketingnya. Pada dasarnya pelayanan adalah bentuk interaksi yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen untuk mengenalkan produk atau jasa yang ditawarkan. Kepuasan konsumen sangat di pengaruhi oleh bagaimana pihak *front liner* dalam memberikan pelayanannya (Dresner et al, 1995).

Media Satu Organizer (Mesarace) merupakan event organizer sekaligus race organizer dalam penyelenggaraan Mandiri Jogja Marathon tahun 2017. Sebagai race organizer terbesar di Indonesia, race organizer ini memerlukan *improvement* dan pembenahan guna untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat terus menjadi race organizer terbaik dan memenangkan persaingan dengan berbagai macam race organizer baru yang mulai bermunculan. Muculnya kompetitor-kompetitor baru, menambah tingkat persaingan dalam memberikan pelayanan menjadi sangat berpengaruh dan sangat di perhatikan, mengingat pelari selaku konsumen selalu menuntut pelayanan yang selalu lebih baik kepada penyedia jasa. Kepuasan konsumen merupakan faktor terpenting dalam membangun hubungan dengan konsumen (Karna, 2004).

Kepuasan para pelari pada lomba lari MJM dapat terwujud jika persepsi terhadap performansi melebihi ekspektasi pelari. Setiap race organizer pasti telah

memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh pelari. Maka dari itu analisis diperlukan antara kepentingan *(importance)* pelanggan dengan kepuasan terhadap performansi (presepsi). Pada penelitian ini digunakan metode *SERVQUAL* untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan. Pelari, selaku konsumen diminta untuk menilai lima dimensi kualitas jasa untuk mengetahui pengaruh ekspektasi dan performansi pelanggan di lomba Mandiri Jogja Marathon.

Dari hasil penilaian kuesioner yang telah diisi oleh peserta lari Mandiri Jogja Marathon, maka akan didapatkan nilai *gap* dari hasil perhitungan menggunakan metode *SERVQUAL*. Kemudian dilakukan pembuatan diagram *Importance-Performance Analysis* sebagai gambaran hubungan tingkat kepentingan dari suatu kriteria penilaian dengan tingkat performansi melalui 4 kuadran yang kemudian akan dilakukan perhitungan. Metode *Servqual* digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dengan cara menilai *gap* antara persepsi perusahaan dalam memberikan pelayanan dengan harapan dari konsumen menurut penilaian dari konsumen tersebut. Jika harapan konsumen lebih tinggi dari kinerja race organizer maka pelayanan di event Mandiri Jogja Marathon belum memuaskan. Perhitungan menggunakan *servqual* sangat efektif karena dapat diketahui perbedaan penilaian harapan dan persepsi pelari di setiap atribut atau dimensi dan didukung dengan metode *Importance Performance Analysis* (*IPA*) sebagai metode integrasi dari *servqual* dalam menentukan atribut yang termasuk dalam dimensi yang menjadi fokus dalam perbaikan selanjutnya.

Dengan adanya penelitian ini dapat diketahui persepsi kepuasan pelanggan di event Mandiri Jogja Marathon serta bagi perusahaan untuk mengevaluasi dan memperbaiki kinerja atribut-atribut terhadap pelayanan yang diberikan. Dengan metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* untuk menganalisis permasalahan-permasalahan yang di hadapi oleh Mesarace selaku race organizer, maka dari itu diharapkan penelitian ini juga dapat memberikan prioritas perbaikan berdasarkan hasil yang di dapatkan melalui penilaian presepsi dan harapan pelari terhadap kualitas pelayanan. Dengan semakin meningkatnya kulaitas pelayanan yang semakin baik, tidak menutup kemungkinan pelari selaku konsumen akan semakin meningkat di tahun-tahun selanjutnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakan tingkat kepuasan para pelari terhadap pelayanan yang diberikan oleh Mesarace organizer?
2. Atribut pelayanan apa yang perlu ditingkatkan oleh Mesarace *organizer* untuk meningkatkan kualitas pelayanannya?

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghidari bias dalam penelitian ini, batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian dilakukan pada lomba lari Mandiri Jogja Marathon 2017 yang diselenggarakan oleh Mesarace.
2. Metode yang digunakan meliputi *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis.*
3. Penelitian ini hanya membahas sampai dengan usulan prioritas perbaikan.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dituliskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Mesarace Organizer
2. Mengetahui atribut pelayanan apa yang perlu ditingkatnkan kualitas pelayanannya berdasarkan analisis *SERVQUAL* dan *Importance Performance Analysis*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini diantaranya :

1. Sumbangan kepada khasanah ilmu pengetahuan teknik industri.
2. Perusahaan mampu mengetahui kelemahan dari sisi pelayanannya
3. Perusahaan dapat mengetahui kondisi pelayanan aktual yang telah diberikan kepada konsumen.
4. Perusahaan dapat mengimplementasikan perbaikan pada event-event selanjutnya.

1.6 Sistematika Penelitian

Pada penulisan Tugas Akhir ini sistematika penulisan disusun sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi latar belakang kenapa penelitian ini diangkat, selain itu juga permasalahan yang akan diangkat, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II. TINJAIUAN PUSTAKA

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

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang materi, alat, tata cara penelitian dan data apa saja yang akan digunakan dalam mengkaji dan menganalisis sesuai dengan bagan alir yang telah dibuat.

BAB IV. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisi tentang uraian data-data apa saja yang dihasilkan selama penelitian yang selanjutnya diolah menggunakan metode yang telah ditentukan.

BAB V. PEMBAHASAN

Membahas tentang hasil penelitian yang telah dilakukan pada saat pengolahan data untuk selanjutnya dapat menghasilkan suatu kesimpulan dan saran.

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan hasil penelitian. Selain itu juga terdapat saran atau masukan-masukan yang perlu diberikan, baik terhadap peneliti sendiri maupun peneliti selanjutnya yang dimungkinan penelitian ini dapat dilanjutkan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Induktif

Suka et al. (2013) dalam penelitiannya dengan judul analisis kualitas pelayanan pas bandara internasional ngurah rai menggunakan model servqual. Menurutnya mengethaui keuasan palayanan yang telah diberikan bandara perlu untuk dikaji lebih dalam. Hal ini untuk mengetahui kepuasan pelanggan bandara. Fokus penelitian pelayanan pada pembuatan pas bandara dan juga untuk menentukan prioritas pelayanannya dengan metode SERVQUAL didapatkan hasil negative dari keseluruhan dimensi berupa *Responsiveness* yang mempunyai bobot (-0,2240), *Assurance* (-0,2172), *Reliability* (-0,2099), *Tangibles* (-0,1994), dan *Emphaty* (-0,1373). Menurutnya dimensi *Responsiveness* (ketanggapan) memiliki nilai negative paling banyak (-0.2240) yaitu kemauan untuk membatu pelanggan dengan memberikan layanan yang baik dan cepat memerlukan perbaikan sesegera mungkin dan perlu menjadi prioritas utama.

Ibarra et al. (2014) dengan penelitiannya dengan judul penerapan metode servqual pada agensi pajak Estado De Sonora mengukur perbedaan pelayanan yang didapat customer pembayar pajak denga ekpektasinya. Penelitian ini ingin mengetahui dimensi yang paling berpengaruh dan memiliki nilai dampak positif dari segi kepuasannya. Mereka berpendapat salah satu kunci kesuksesan sebuah perusahaan adalah kepuasan konsumennya. Dengan menganalisis kelima dimensi meliputi *Responsiveness*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangibles*, dan *Emphaty* diketuhi bahwa dimensi e*mphaty* memerlukan perhatian yang khusus. Karena pelanggan menganggap cara karyawan Agencia Fiscal del Estado dalam memberikan kebutuhan terhadap pelanggan tidak tepat.

Datta & Vardhan (2017) dengan penelitiannya yang berjudul SERVQUAL untuk menilai kualitas cabang kampus internasional di United Arab Emirates mengidentifikasi faktor-faktor yang berperan penting dalam meningkatkan kualitas

pendidikan manajemen di UAE. Kualitas layanan dinilai di lima dimensi standar responsif, assurance, tangibility, empathy, dan reliability. Hasil penelitian ini terutama menunjukkan bahwa mahasiswa manajemen di tujuh universitas internasional di UEA memiliki persepsi negatif terhadap pendidikan yang diberikan kepada mereka, karena harapan yang dipegang oleh siswa-siswa ini tidak terpenuhi Salah satu isu terpenting yang disorot dalam penelitian ini adalah Skor Gap yang tinggi, perbedaan antara persepsi dan harapan siswa yang dicatat terkait dengan Dimensi Manajemen untuk Pendidikan Manajemen di UAE. Kontributor utama untuk skor ini adalah pernyataan tentang kredibilitas rendah dari gelar yang diberikan di Universitas Internasional ini dan peluang penempatan dan karir yang diberikan.

Siboro & Happy (2014) dengan penelitiannya yang berjudul Analisis Kepuasan Konsumen Dengan Menggunaan *Importance Performance Analysis* Pada Bengkel Sentra Anugrah Motor membandingkan kinerja bengkel dengan harapan konsumen. dengan menggunakan metode IPA dan mengacu kepada 24 indikator dimensi ini, menganalisis tingkat kepuasan konsumen pada bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung dan didapatkan bahwa dimensi yang perlu ditingkatkan meliputi : kualitas *service* yang diberikan, ketelitian pengerjaan oleh mekanik, kemudahan untuk memproleh informasi mengenai suku cadang, kecepatan kerja mekanik, prestasi dalam pelayanan, perasaan aman selama berurusan dengan *dealer*, penilaian dalam pelayanan *service* kendaraan, area lahan parkir dan kebersihan toilet, kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu.

Asogwa et al (2017) dengan penelitiannya yang berjudul Evaluasi Kualitas Pelayanan Perpustakaan Akademin di Negara Berkembang menelilai menilai kualitas layanan kepada pengguna perpustakaan akademik di negara berkembang dengan menggunakan model ServQUAL. Tujuannya adalah untuk mengekspos bagian layanan yang belum terpenuhi oleh pengguna perpustakaan, memastikan penyebabnya, dan menyarankan tindakan perbaikan. Data menggunakan sumber primer dan sekunder. Kuesioner melibatkan 3.832 pengguna perpustakaan yang diambil dari empat negara berkembang menggunakan situs web. Data dianalisis dan didiskusikan dengan menggunakan statistik deskriptif, dan ilustrasi lainnya. Penelitian ini mengungkapkan bahwa di negara-negara berkembang: semua indikator layanan yang dievaluasi ditandai secara negatif; Ada perbedaan yang signifikan antara persepsi dan harapan pengguna perpustakaan; Perpustakaan akademik tidak memuaskan harapan pengguna. Sementara

tangibility dan *empathy* adalah dimensi tertinggi dan terendah di negara berkembang, *reliability* dan *tangibility* adalah perintah di negara maju. Faktor-faktor seperti kurangnya fasilitas modern, minimnya dana, dan lemahnya kualitas kepemimpinan adalah berpengaruh negatif terhadap kualitas layanan perpustakaan.

Sari & Harmawan dengan penelitian yang dilakukan di Rumah Sakit Roemani Muhammadiyah dengan judul "Upaya Perbaikan Kualitas Layanan Pada Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Muhammadiyah Roemani Dengan Metode *Servqual* Dan Triz" dengan tujuan mengidentifikasi atribut-atribut pelayanan yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada IRJ RSM Roemani. Dengan menggunakan analisa kulaitas pelayanan menggunakan metode *sevqual* dan anlisa gap lima untuk mengetahui atribut-atribut pelayanan yang perlu diperbaiki. Hasil penelitiannya menunjukkan masih rendahnya pelayanan dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan rumah sakit. Setidaknya ada tujuh atribut yang perlu diperbaiki. Untuk meningkatkan kualitas pelayanannya ketujuh atribut tersebut harus segera mendapatkan perbaikan. Kemudain mengunakan analisa *triz* usulan perbaikan yang diusulkan meliputi memberikan papan informasi mengenai pelayanan, pelayanan ditangani oleh petugas yang profesional, pelayanan yang lebih cepat, alur pelayanan yang lebih mudah, pendaftaran melalui sistem elektronik, dan penambahan fasilitas kenyamanan di ruang tunggu seperti memperbanyak kursi tunggu.

Kemudian Rezaei et al. (2017) dengan penelitiannya yang berjudul Penilaian Kualitas Sistem Penanganan Bagasi Maskapai Menggunakan SERVQUAL dan BWM fokus pada penanganan bagasi penumpang. Menurutnya meski sudah banyak penelitian kepuasan mengenai maskapai penerbangan, namun sedikit yang terfokus pada bagian sistem ini. Model SERVQUAL untuk menilai perceived quality of service untuk sistem penanganan bagasi. Dan BMW digunakan untuk mengukur bobot kriteria Ditemukan bahwa *reliabilitas* pelayanan yang konsisten dianggap dimensi paling penting diikuti dengan *responsiveness* kemudahan memberikan bantuan kriteria *assurance* kru kabin yang dapat dipercaya diikuti oleh *tangibles* fasilitas barang dan terakhir *empathy* perhatian personal.

Dirgantara & Sambodo (2015) dengan penelitiannya yang berjudul "Penerapan Model *Importance Perfomance Analysis* dalam Studi Kasus : Analisis Kepuasan Konsumen bhinneka.com", penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan

konsumen di PT Bhinneka Mentari Dimensi mengenai pelayanan dan promosi melalui media sosial. Dengan *Importance Performance Analysis* diketahui disimpulkan perusahaan harus memprioritaskan pelayanan pada *website* terkait kecepatan *server*. Sehingga dengan server yang kuat waktu *load* lebih cepat dan perlunya penambahan detail informasi barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen. untuk mentgatasi masalah tersebut perusahaan dapat menambah jumlah *server* dan admin *web* untuk memasukkan informasi tambahan.

Ong & Pambudi (2014) dengan penelitiannya yang berjudul "Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan *Importance Perfomance Analysis* di SBU *Laboratory* Cibitung PT SUCOFINDO (PERSERO)", meneliti dan mengidentifikasi atribut-atribut pelayanan yang perlu dilakukan perbaikan guna meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan di SBU *Laboratory* Cibitung PT SUCOFINDO dengan menggunakan metode *servqual* dan importance performance analysis. Selanjutnya dengan metode tersebuit diketahui nilai *gap* yang ada dan dapat memberikan rekomendaswi hal-hal yang perlu dilakukan perbaikan. Penelitian ini menggunakan kuisioner skala *Likert* 1-4 dan enam variabel yaitu *reliability, responsiveness, assurance, emphaty, tangible, product quality* dan *price.* Hasilnya dengan metode *servqual* diketahui tiga item terbaik yaitu karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional, fasilitas gedung yang rapi/bersih, karyawan melayani dengan baik. Analisis yang menggunakan metode *Importance Performance Analysis* menunjukkan terdapat tiga belas hal yang perlu ditingkatkan lagi.

2.2 Lari Marathon

Nama "Marathon" diambil dari Legenda Philippides, utusan Yunani. Legenda tersebut menyatakan bahwa seorang prajurit telah diutus dari medan perang Marathon untuk mengantarkan pesan ke Athena, bahwa Persia telah dikalahkan dalam perang. Kemenangan pasukan Athena merupakan surprise yang luar biasa, juga bagi Miltiades, maka pimpinan pasukan Athena itu mengutus Pheidippides, "The famous Athenian runner", untuk menyampaikan berita kemenangan kepada pimpinan negara (R. Kennedy, 1971).

Lari Marathon mulai dilombakan sejak Olympic modern I, tahun 1896 di Athena-Yunani, atas usul Profesor Michael Breal. Jarak tempuhnya yang 42,195 km

ditetapkan tahun 1908 saat Olympic dilaksanakan di London, sebelumnya pada Olympic I sampai dengan III jarak tempuhnya berubah-ubah. Walaupun lari Marathon mulai dilombakan pada Olympic modern pertama di Athena, tetapi jarak tempuh yang 42,195 km baru dibakukan pada tahun 1908 saat Olympic di selenggarakan di London, dan John Hayes dari AS muncul sebagai juara dengan catatan prestasi 2 jam 55 menit 18,4 detik (Menke, 1963).

Menurut Peraturan Perlombaan dan AD-ART PB PASI 1989 pasal 165, yang termasuk lari jalanan (jalan raya) bagi pria dan wanita adalah: 15 km, 20 km, ½ Marathon (= 21,098 km), 25 km, 30 km, dan Marathon (= 42,195 km). Jarak standar marathon yang ditetaokan oleh Federasi Atletik Amatir Internasional (IAAF) sejah 42,195 km. Di Indonesia Perlombaan marathon diselenggarakan di arena berbeda, stadium dan road race. Untuk setiap lomba lari marathon yang dibawah pengawasan IAAF, diberikan toleransi satu meter maksimal dalam satu kilometer, sehingga total toleransi yang diberikan hanya sampai 42 meter. Selain itu IAAF juga memberikan standarisasi untuk meletakkan *marking* (penanda) untuk setiap satu kilometer dan penanda tidak diberikan dalam skala *mile.*

2.3 Jasa

Menurut Tjiptono dan Chandra (2002), jasa dapat diartikan sebagai barang yang tidak kentara (*ingtangible product*) yang dibeli maupun dijual di pasar melalui transaksi pertukaran yang saling memuaskan. Pakar lain menyebutkan jasa adalah Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler : 2006). Jasa tidak dapat dilihat namun dapat dirasakan dan menimbulkan rasa kepuasan. Kepuasan menurut Kotler (2004) adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi tehadap kinerja suatu produk atau harapannya. Kepuasan erat kaitannya daengan kualitas produk atau jasa yang diberikan.

2.3.1 Karakterisitik jasa

Menurut Kotler (2006), karakterisitik jasa dapat dilihat dari ciri-cirinya, yaitu :

a. *Intangible*

Jasa bersifat tidak terlihat dan tidak berwujud. Untuk merasakan kepuasan jasa, perlu untuk menggunakan atau menjadi pembeli jasa.

b. *Variability*

Jasa memliki variasi, dapat mengalami modifikasi dan perubahan tergantung penyedia, penerima dan kondisi saat jasa diberikan kepada pembelinya. Mutu jasa tergantung pasa penyedia jasanya selain tempat, waktu dan cara menyediakannya.

c. *Inseparabillity*

Pada umumnya jasa diproduksi dan dirasakan pada waktu bersamaan dan tidak dapat dipisahkan dari penyedianya baik berupa mesin ataupun manusia.

d. *Perishability*

Jasa tidak memiliki umur yang lama, artinya jasa hanya bisa dinikmati saat membelinya dan tidak bisa disimpan untuk dijual kemudian atau dipakai di kemudian hari.

2.3.2 Kualitas jasa

Dalam perkembangannya Zeithaml et.al. (1990) merangkum lima dimensi pokok kualitas jasa. Berikut adalah kelima dimensi pokok tersebut :

1. *Tangible* (bukti langsung), merupakan dimensi yang dapat dilihat secara langsung seperti perlengkapan, fasilitas fisik, alat komunikasi, dan para karyawan di lapangan.
2. *Reliability* (keandalan), dilihat dari kemempuannya melayani pelanggan sesuai jnji yang diberikan dengan akurat, cepat dan tepat serta memuaskan.
3. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kesiapan, kesigapan dan kemampuan karyawan dalam melayani sertamembantu pelanggan dengan tanggap.
4. *Assurance* (jaminan), yakni rasa aman dan kepercayaan yang dirasakan pelanggan yang tumbuh dari perilaku para karyawannya. Salah satu bentuk jaminan yaitu karyawan selalu bersikap sopan dan memiliki ketrampilan yang dibutuhkan. Dimensi jaminan ini dibagi kedalam empat sub yaitu :
    a. *Competence* (kompetensi), merupakan keahlaian dan pengetahuan para karyawan yang memberikan nilai tambah dalam melayani dan mendukung pelayanannya kepada pelanggan.

b. *Courtesy* (kesopanan), yang berkaitan dengan sikap sopan, rasa hormat, perhatian, serta ramah dan bersahabat yang ditunjukkan karyawan dan pegawai terhadap pelanggan.

c. *Credibility* (kredibilitas), yaitu sikap jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakter pribadi karyawan, kontak dan interaksi dengan pelanggan.

d. *Security* (keamanan), yaitu bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

5. *Empathy*, meliputi kemudahan dalam melakukan komunikasi dan menjalin hubungan yang baik serta perhatian pribadi dan mampu dalam memahami kebutuhan pelanggan. Dimensi ini terbagi lagi menjadi tiga sub dimensi, yaitu:
   a. *Access* (akses), yaitu kemudahan karyawan untuk dapat ditemui dan dihubungi oleh pelanggan.
   b. *Communication* (komunikasi), yaitu karyawan mampu mengkomunikasikan kepada pelanggan dalam bahasa yang mudah untuk dipahami, serta kemampuannya dalam mendengarkan keluhan dan saran dari pelanggan.
   c. *Understanding / knowing the customer* (memahami konsumen), yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.

2.3.3 Kualitas Pelayanan Jasa

Menurut Tjiptono (2004), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Karl Albrecht (1985) mengemukakan bahwa pelayanan kualitas didasarkan pendekatannya pada dua konsep yaitu :

1. *Service Triangle*

   Suatu model interaktif manajemen pelayanan yang menghubungkan antara perusahaan dengan para pelanggannya. Model tersebut terdiri dari tiga elemen dengan pelanggan sebagai titik fokus, yaitu :

   1. Strategi pelayanan
   2. Sumber daya manusia yang memberikan pelayanan
   3. Sistem pelayanan

2. *Total Quality Service*

Pelayanan mutu terpadu adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada orang yang berkepentingan dengan pelayanan (*stakeholders),* yaitu pelanggan, pegawai dan pemilik. Pelayanan mutu terpadu memiliki lima elemen penting yang saling terkait, yaitu:

1. *Market and customer research*
2. *Strategy formulation*
3. *Education*
4. *Process Improvement*
5. *Assessment*

2.4 Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2006) kepuasan pelanggan atau kepuasan konsumen adalah tingkatan kinerja (*perceived performance*) produk maupun jasa akan sesuai dengan harapan dari pelanggan. Sedangkan menurut Yamit (2005) bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil (*outcome*) yang telah dirasakan pelanggan dari penggunaan produk maupun jasa, sama atau bahkan melebihi harapan konsumen.

Dalam mengukur kepuasan pelanggan terdapat beberapa metode yang dapat digunakan yaitu :

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan memiliki orientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*), untuk itu perlu mendengarkan pelanggannya, dan memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan saran, pendapat, dan keluhannya kepada perusahaan. Saran dan masukan yang datnag dari pelanggan kemudian menjadi evaluasi bagi perusahaan. Sistem keluhan dan saran diwujudkan dengan penyediaan layanan nomer pelanggan, kotak kritik dan saran dan email keluhan.

b. *Ghost Shopping*

Teknik *Ghost Shopping* dikenal juga dengan mata-mata. Perusahaan akan mempekerjakan beberapa karyawannya untuk berperan sebagai seorang pembeli pada perusaan saingannya. Hasil dari temuan karyawan tersebut kemudian dilaporkan kepada perusahaan. Karyawan yang telah berperan

sebagai pwembeli mencari kelemahan dan keunggulan dari pesaingnya. Mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopping*) untuk berperan atau bersikap sebagai konsumen/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk peusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman dalam pembelian produk-produk tersebut.

c. Analisis Kehilangan Pemakai (*lost customer analysis*)

Metode ini mengharuskan perusahaan untuk aktif melihat konsumen yang beralih dari perusahaan. Konsumen tersebut kemudian dihubungi secara langsung oleh perusahaan untuk megetahui alasan konsumen berhenti atau pindah ke pesaing. Hasil dari temuan tersebut kemudian dapat dijadikan acuan bagi perusahaan untuk mengambil keputusan baik strategi perbaikan, pesmasaran dan penyempurnaan.

d. *Survey* Kepuasan Pelanggan

Survey kepuasan pelanggan secara langsung dinilai paling efektif di antara cara yang lainnya, survey dilakukan melalui wawancara, telepon dari *customer service* dan melalui pos. Dengan survey sendiri perusahaan langsung mendapatkan jawaban dari pelangggannya dan mendapatkan umpan balik. Dengan survey perusahann juga mendapat penilaian positive dari pelanggannya bahwa perusahaan memberikan perhatian dan berusahan mendengar pendapat pelanggannya.

2.5 Event Organizer

Event organizer merupakan sekumpulan orang yang terdiri sekurang kurangnya dua orang yang saling bekerjasama untuk merencanakan, merancang dan emelaksanakan suatu acara agar dapat berjalan dengan lancar sesuai tujuan (Megananda & Wijaya, 2009). Pada mulanya Event organizer hanya menyasar acara MICE (*meeting, intensive, conference, exhibition*), namun sekarang sudah banyak bermunculan event organizer modern sampai menajdi *race organizer* untuk acara olahraga. Event organizer merancang sebuah *event* berdasarkan keinginan konsumen. Konsumen EO sangat luas dari pihak swasta hingga pemerintahan. Proses bisnis EO seperti proyek pada

pembangunan infrastrukur, EO menyediakan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam bentuk jasa.

2.6 *SERVQUAL*

SERVQUAL menurut Zeithaml et al. (1990) dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Harapan pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apa seharusnya yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Model ini menggunakan skala *Likert* dengan perhitungan rumus pada persamaan berikut (Zeithaml, 1990):

$$SERVQUAL = \text{Skor } P - \text{Skor } E$$

Keterangan:

P = Penilaian pelanggan atas kinerja pelayanan aktual yang dirasakan.

E = Ekspektasi atau harapan pelanggan atas pelayanan yang diinginkan untuk diperoleh.

Menurut model *SERVQUAL*, apabila skor *SERVQUAL* negatif (-) berarti kualitas jasa kurang atau tidak baik (pelanggan tidak puas). Apabila skor *SERVQUAL* sama dengan nol (0) berarti kualitas jasa baik (pelanggan puas). Apabila skor *SERVQUAL* positif (+) berarti kualitas jasa sangat baik (pelanggan sangat puas).

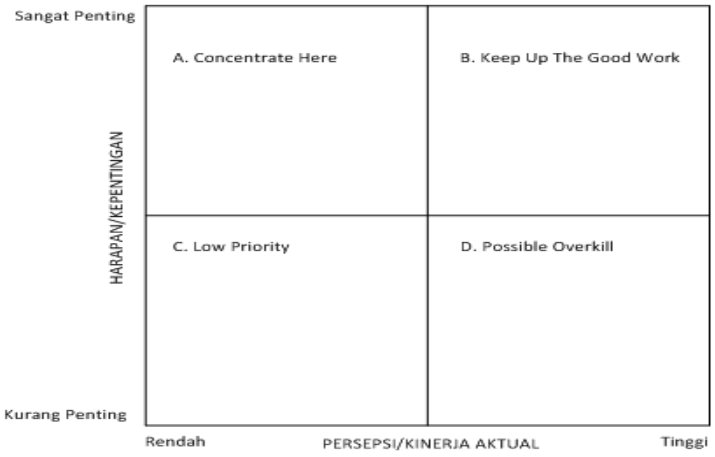
Terdapat lima *gap* yang terangkum dalam *SERVQUAL*, yaitu:

1. *Gap* 1, yaitu kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen.
2. *Gap* 2, yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa, meskipun manajer memiliki pengertian atau pemahaman yang baik tentang apa yang diharapkan pelanggan, manajemen bisa tetap gagal dalam membentuk spesifikasi-spesifikasi layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.
3. *Gap* 3, yaitu kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa.
4. *Gap* 4, yaitu kesenjangan antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal.
5. *Gap* 5, yaitu kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi konsumen.

Pengukuran kualitas jasa dalam model *Servqual* didasarkan pada skala *multi-item* yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta *gap* diantara keduanya pada lima dimensi utama kualitas jasa (reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik). Evaluasi kualitas jasa menggunakan model *SERVQUAL* mencakup perhitungan perbedaan diantara nilai yang diberikan para pelanggan untuk setiap pasang pernyataan berkaitan dengan harapan dan persepsi.

2.7 *Important Performance Analysis*

Metode Importance Performance Analysis (IPA) diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) untuk mengukur hubungan antara prioritas peningkatan produk atau jasa yang dikenal dengan *quadrant analysis*. IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisis memudahkan usulan perbaikan kinerja. IPA bertujuan untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut pelanggan sangat mempengaruhi loyalitas dan kepuasan mereka. IPA menyatukan pengukuran faktor tingkat performansi (*performance*) dengan tingkat kepentingan (*importance*) yang digambarkan dalam diagram dua dimensi yaitu diagram *importance-performance* dimana sumbu x mewakili tingkat performansi sedangkan sumbu mewakili tingkat kepentingan. Diagram tersebut digunakan untuk mendapatkan usulan praktis dan memudahkan penjelasan data. Grafik IPA dibagi dalam empat buah kuadran seperti dalam gambar berikut :



Gambar 2.1 Kuadran Importance Performance Analysis
Sumber : (Martilla dan James, 1977)

Keterangan :

Kuadran A : Faktor-faktor yang terletak dalam kuadran ini dianggap sebagai faktor yang penting dan atau diharapkan oleh konsumen tetapi kondisi persepsi dan atau kinerja aktual yang ada pada saat ini belum memuaskan, sehingga pihak manajemen berkewajiban mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk meningkatkan kinerja berbagai faktor tersebut. Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini merupakan prioritas untuk ditingkatkan.

Kuadran B : Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang bagi kepuasan konsumen, sehingga pihak manajemen berkewajiban memastikan bahwa kinerja institusi yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapai.

Kuadran C : Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah sekaligus dianggap tidak terlalu penting dan atau terlalu diharapkan oleh konsumen, sehingga manajemen tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada faktor-faktor tersebut.

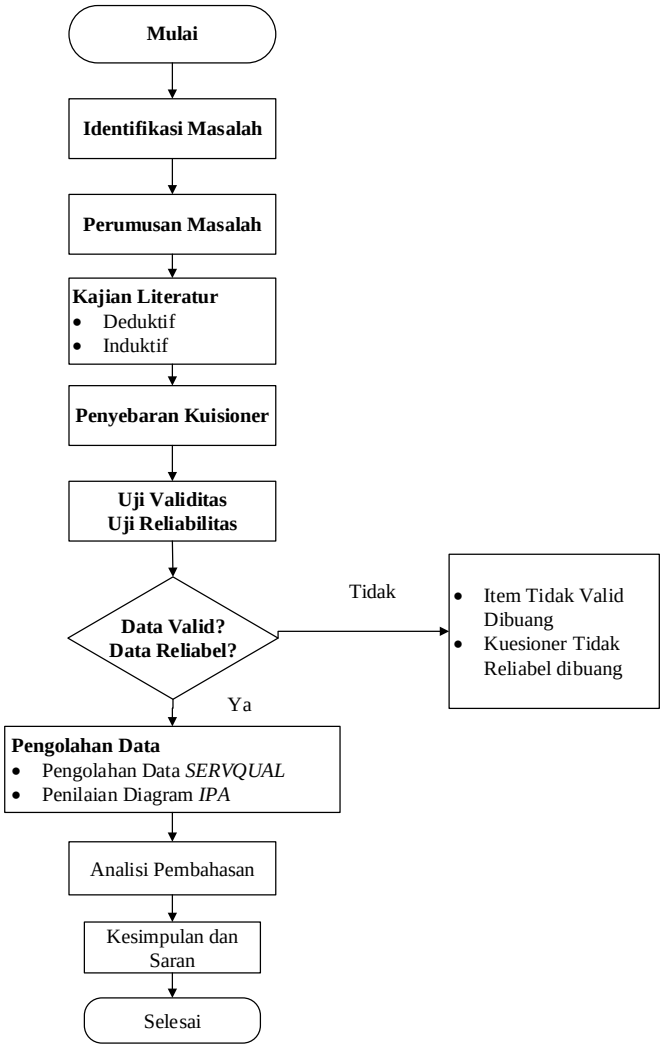
Kuadran D : Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan, sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan, semisal di kuadran B.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Diagram Alir Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai tahap-tahap metode penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada Gambar 3. 1



Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian

3.2 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Mesarace organizer, yang beralamatkan di Jakarta, Mesarace merupakan event organizer yang bergerak di bidang sport organizer seperti race marathon, duathlon dan triathlon. Objek penelitian dari penelitian ini merupakan para peserta lari yang mengikuti event lari yang di organizeri Mesarace dan Peserta Jogja Marathon 2016 khususnya. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari-Maret 2018 untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada event Jogja marathon yang telah diselenggarakan tahun lalu dan mengembangkannya untuk event yang akan diselenggarakan pada bulan April 2018.

3.3 Identifikasi Masalah

Pada penelitian ini dilakukan identifikasi masalah, yaitu dalam menentukan tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Mesarace. Selanjutnya akan dianalisis dengan menggunakan metode *SERVQUAL* selanjutnya menginterpretasikan atribut dengan pendekatan *Importance Performance Analysis* untuk mengetahui atribut atau faktor apa saja yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan sesegera mungkin.

3.4 Kajian Literatur

Kajian literatur dilakukan berdasarkan dua perspektif, yaitu dari perspektif deduktif dan induktif. Perspektif deduktif dilakukan untuk mengetahui informasi mendasar terkait penelitian ini sebagai acuan peneliti untuk melakukan justifikasi dalam pengaplikasian metode kepada permasalahan yang dihadapi, yaitu seperti konsep mengenai *servqual, importance performance analysis,* jasa dan race organizer. Perspektif deduktif meliputi penelitian-penelitian tedahulu yang pernah dilkaukan mengenai *servqual* dan *importance performance analysis.*

3.5 Populasi dan sample

Populasi pada penelitian in adalah para pelari yang mengikuti race yang di selenggarakan oleh Mesarace dan peserta lari Jogja Marathon. Pengambilan data sample dilakukan secara *random*.

3.6 Skala Likert

Menurut pendapat Sugiyono (2010), skala likert digunakan untuk mengukur persepsi, sikap dan pendapat dari sebagian kelompok maupun seseorang terhadap fenomena sosial dimana setiap jawaban item instrumen memiliki nilai dari sangat positif sampai sangat negatif. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Setelah indikator variabel ditentukan, lalu indikator tersebut dijadikan titik tola untuk menyusun instrumen yang berupa pernyataan. Berikut adalah skala yang dipakai pada penelitian ini untuk mengukur persepsi pelanggan Mesarace *Organizer* :

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

Kemudian untuk mengukur harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh Mesarace *Organizeer* digunakan skala likert sebagai berikut :

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

Selanjutnya penyusunan pernyataan didapatkan dari wawancara terhadap pelanggan, Mesarace *Organizer* dan observasi saat race berlangsung tahun lalu. Atribut yang berhasil dikerucutkan dapat dilihat pada tabel 3.1 sebagai berikut :

Tabel 3.1 Dimensi dan Atribut Pelayanan

No	Pernyataan
	Dimensi *Tangible* (Bukti fisik)
1	Ketersediaan papan dan rambu penunjuk menuju lokasi cukup
2	Peralatan race yang disediakan lengkap
3	Ketersediaan fasilitas penunjang
4	Kerapian tempat racepack collection
5	Kerapian, kebersihan, dan kenyamanan area race
6	Penampilan petugas marshall dan crew selama race berlangsung rapi
7	Jumlah waterstation dan resfreshment memadai
8	Jumlah informasi mengenai race yang ditunjukkan dalam booklet
9	Desain dan kualitas medali yang diberikan
10	Setting layout racepack collection mudah untuk dimengerti.

No	Pernyataan
	Dimensi *Reliabillity* (Kehandalan)
11	Ketepataan waktu start dan cut off time
12	Kecepatan tenaga medis dalam merespon peserta
13	Kemampuan mengamankan Jalur lari yang dilalui steril dari kendaraan
14	Kemudahan mendapatkan informasi race melalui media
15	Kesesuaian fasilitas racepack yang dibagikan
16	Kemudahan melakukan registrasi
17	Pembagian medali dan refreshment finih lain rapi dan tertib
18	Kemudahan mengakses Web site
	Dimensi *Responsiveness* (Daya tanggap)
19	Ketanggapan crew dalam melayani racepack collection
20	Ketepatan crew dalam membagikan racepack
21	Kecepatan crew dalam membagikan racepack
22	Ketanggapan crew saat melayani complain
23	Ketepatan informasi yang diberikan oleh crew
24	Semua crew race organizer dan volunteer mengetahui detail event
	Dimensi *Assurance* (Jaminan)
25	Keamanan di race area race
26	Race organizer mengganti atribut jika tidak sesuai atau cacat
27	Perlakuan Mesarace terhadap semua peserta race adil
28	Rumah sakit rujukan yang disediakan
29	Asuransi kesehatan dan kecelakaan peserta marathon
	Dimensi *Emphaty*(Perhatian)
30	Perhatian personal kepada peserta
31	Setiap peserta mendapatkan informasi *up to date*
32	Seluruh crew race organizer dan volunteer ramah terhadap peserta
33	Seluruh crew race organizer dan volunteer kiomunikatif
34	Public relation terbuka menerima kritik, saran dan komplain

3.7 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

1. Studi Pustaka

   Studi pustaka dilakukan bertujuan agar peneliti menguasai konsep-konsep dan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, dengan cara membaca dan mempelajari referensi-referensi yang telah ada seperti literatur, laporan ilmiah dan tulisan-tulisan ilmiah yang nantinya dapat digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian ini.

2. Penelitian lapangan

   Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan cara melaksanakan penelitian langsung ke perusahaan yang ingin diteliti. Data yang diinginkan didapatkan dengan cara :

   a. Observasi

      Observasi dilakukan secara langsung dengan datang ke obyek penelitian dan melakukan wawancara.

   b. Data perusahaan

      Data perusahaan berupa historis dari proses bisnis, literatur-literatur dan data yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

3.8 Jenis Data

Data yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

   Data primer merupakan data yang diperoleh oleh peneliti langsung dari lapangan berupa data penilaian konsumen terhadap kulaitas pelayanan, data penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan terhadap aspek pelayanan dan data hisotoris perusahaan dalam beberapa periode terakhir.

2. Data Sekunder

   Data sekunder merupakan data-data yang didapatkan dari hasil penelitian sebelumnya, jurnal, dan referensi-referensi lainnya yang dapat digunakan untuk menggali teori-teori guna mendukung pemecahan masalah.

3.9 Uji Kecukupan Data

Seringkali dalam sebuah penelitian, peneliti tidak bisa mengambil data keseluruhan populasi karena populasi yang begitu banyak dan berbagai keterbatasan seperti waktu dan biaya. Sampel merupakan bagian dari populasi yang digunakan untuk menyimpulkan atau menggambarkan populasi. Uji kecukupan data berfungsi untuk mengetahui bahwa sampel yang diambil sudah cukup untuk mewakili populasi yang akan diteliti. Untuk menguji kecukupan sampel dapat menggunakan cara *Cochran* sebagai berikut :

$$N' = [\frac{Z\alpha/2}{e}]^2 \; p \; (1\text{-}p)$$

Sumber : (Somantri & Muhidin, 2006)

Keterangan :

N' = Jumlah sampel minimal

Za/2 = Tingkat kepercayaan

p = Estimasi Proporsi

e = *Error*

3.10 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui keakuratan dari masing-masing pertanyaan pada kuisioner yang telah disebarkan. Pada pengujian validitas diguanakan *software SPSS 16.0.* untuk mengukur validitas suatu variabel, dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap nilai butir pertanyaan dengan nilai total seluruh butir pertanyaan. Hasil pengujian valid apabila r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} dihitung menggunakan rumus :

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sum X^2 - (\sum X)^2 \; \{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}$$

Sumber : (Tony Wijaya, 2011 : 85)

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi *product moment*

N : Jumlah Subyek

X : Skor item

Y : Skor total

$\sum X$: Jumlah skor item

$\sum Y$: Jumlah skor total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total

3.11 Uji reliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat reliabilias masing-masing pertanyaan pada kuisioner. Pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner dianggap reliabel jika jawaban pernyatan atau pertanyaan dari masing-masing pernyataan stabil anatara satu responden dengan responden lainnya. Pengujian dilakukan menggunakan bantuan *software SPSS 16.* Rumus untuk menguji reliabilitas :

$$\alpha = \frac{k}{k-1}\left(1 - \frac{\sum S^2 j}{S^2 x}\right) \quad \text{.....(3.3)}$$

Sumber : (Nurdiyanti, 2010)

Keterangan:

α = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

S_j = varians responden untuk item I

S_x = jumlah varians skor total

3.12 Pengolahan Data Servqual

Berikut adalah hal yang perlu dilakukan dalam menghitung menggunakan metode *servqual :*

1. Menghitung *Mean* Persepsi dan Harapan

   Menghitung rata-rata (*mean*) untuk tiap-tiap atribut yang diukur. Langkah ini dilakukan dengan menghitung rata-rata *score* dari tiap atribut dari persepsi dan harapan.

2. Penghitungan Nilai *Servqual* (*Gap*)

   Menghitung nilai *Servqual* dengan mengurangkan nilai rata-rata persepsi aktual dengan nilai rata-rata harapan responden.

$$Nilai\ Servqual = (rata - rata\ persepsi) - (rata - rataharapan)$$

3.13 Analisis Data

Setelah menentukan jumlah sampel, uji validitas dan reliabilitas dan telah mendapatkan bobot untuk tiap atribut, maka dilakukan analisis terhadap data servqual tersebut. Analisa dilakukan terhadap tingkat kepuasan pelari terhadap pelayanan pada pelayanan Mesarace *Organizer* di event Jogja Marathon. Hal yang dilakukan adalah dengan cara menganalisa tingkatan *gap* yang didapatkan dari tiap variabel atau atribut, selanjtunya nilai gap keseluruhan diinterpretasikan dengan pendekatan *Importance Performance Analysis* sehingga didapatkan rekomendasi untuk perusahaan mengenai atribut yang memiliki tingkat prioritas perbaikan tertinggi agar ditingkatkan kualitas atribut jasa tersebut.

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Mesarace organizer merupakan perusahaan yang bergerak dalam manajemen lomba olahraga. Dirintis sejak tahun 2010, Mesarace telah mengelola berbagai lomba lari di Indonesia. Saat ini Mesarace yang beralamatkan di Lebak Bulus Jakarta, telah memiliki belasan karyawan yang terbagi ke dalam 7 divisi utama. Sampai tahun 2018 Mesarace telah menangani tidak kurang dari sepuluh event berskala nasional dengan pesertanya dari tingkat pelajar, *recreational runner*, hingga athlete nasional.

4.2 Uji kecukupan data

Uji kecukupan data digunakan untuk mengetahui kecukupan data bahwa sample dapat mewakili populasi. Saat penyebaran kuesioner melalui email kepada peserta guna pengumpulan data, selanjutnya dihitung kesioner yang diberikan secara acak kemudian dihitung berapa balasan kuesioner yang didapatkan. Maka untuk mengetahui bahwa data yang didapatkan sudah cukup atau belum untuk mewakili populasi, selanjutnya dilakukan uji kecukupan data. Perlu diketahui bahwasanya email yang dibagikan sebanyak 130 email dan mendapatkan balasan sebanyak 116. Untuk menentukan jumlah sampel minimal peneliti menggunakan perhitungan denagn metode *Cochran*, dengan tingkat kepercayaan 90% , α = 10% dan nilai *error* sebesar 5% maka didapatkan perhitungan sebagai berikut sebagai berikut :

$$N' = \left[\frac{Z\alpha/2}{e}\right]^2 p\ (1\text{-}p)$$

$$N' = \left[\frac{1{,}645}{0{,}05}\right]^2 \left[\frac{116}{130}\right] \left(1\text{-}\left[\frac{116}{130}\right]\right)$$

$$N' = \left[\frac{1{,}645}{0{,}05}\right]^2 0{,}89\ (1\text{-}0{,}89)$$

$$N' = 104{,}01$$

Dari perhitungan sampel minimal yang dibutuhkan adalah 105, namun peneliti menggunakan sampel yang lebih banyak sebanyak 116. Peneliti percaya bahawa dengan jumlah sampel yang semakin banyak, maka sampel akan semakin menunjukan karakteristik asli dari populasinya.

4.3 Pengolahan Data Profil Responden

Bersdasarkan data kuesioner yang disebarkan kepada peserta Mandiri Jogja Marathon didapatkan data sebanyak 116 dan kesemua data dinyatakan valid. Dari kuesioner yang telah dikumpulkan didapatkan 96 responden laki-laki dengan presentasi sebanyak 83% sedangkan untuk responden perempuan didapatkan 20 responden dengan presentasi sebanyak 17%. Dan dari pembagian responden berdasarkan keanggotaannya di club lari didapatkan 104 responden pernah mengikuti klub lari dikotanya dan sisanya sebanyak 12 responden tidak bergabung dengan klub lari. Dan dari kategori yang diikuti sebanyak 37 responden ikut dalam kategori full marathon, 50 responden mengikuti kategori half marathon, 24 responden ikut kategori 10k dan 5 responden mengikuti kategoti 5k.

4.4 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengukur kevalidan data kuesioner. Tujuan dari pengujian ini, untuk mengetahui bahwa hasil jawaban responden terhadap kesioner dapat digunakan dalam penelitian.

a. Menentukan Hipotesis

   H_0= Skor item tidak berkolerasi positif dengan skor total

   H_1= Skor item berkolerasi positif dengan skor total

b. Menentukan Nilai r_{tabel}

Dari nilai tabel, *df* = (jumlah kasus atau responden) – 2, dalam penelitian ini *df* = 116 – 2 = 114. Dan tingkat signifikansi 5%, maka akan didapatkan nilai r_{tabel} sebesar 0.1824.

c. Mencari nilai r_{hitung}

Nilai r_{hitung} dapat diperoleh setelah melakukan pengolahan data dengan menggunakan *software SPSS 23.0.* Nilai r_{hitung} dapat dilihat pada hasil output *SPSS 23.0* pada kolom *Corrected Item – Total Corelation*.

d. Pengambilan keputusan

Dasar pengambilan keputusan, yaitu

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir kuesioner dinyatakan *valid*

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir kuesioner dinyatakan tidak *valid*

4.4.1 Uji Validitas Persepsi Pelanggan

Berikut adalah hasil uji validitas persepsi peserta mandiri Jogja Marathon yang ditunjukkan pada tabel 4.1 di bawah ini :

Tabel 4.1 Uji Validitas Persepsi Pelanggan

Dimensi	No.	Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Hasil
Tangible	1	Ketersediaan papan dan rambu penunjuk menuju lokasi cukup	0,584	0,1824	*Valid*
	2	Peralatan race yang disediakan lengkap	0,587	0,1824	*Valid*
	3	Ketersediaan fasilitas penunjang (toilet, deposit bag, lahan parkir)	0,459	0,1824	*Valid*
	4	Kenyamanan tempat racepack collection	0,704	0,1824	*Valid*
	5	Kerapian, kebersihan, dan kenyamanan area race	0,614	0,1824	*Valid*
	6	Penampilan petugas marshall dan crew selama race berlangsung rapi.	0,749	0,1824	*Valid*
	7	Jumlah waterstation dan resfreshment memadai	0,372	0,1824	*Valid*

	8	Kejelasan informasi mengenai race yang ditunjukkan dalam booklet	0,621	0,1824	*Valid*
	9	Desain dan kualitas medali yang diberikan	0,605	0,1824	*Valid*
	10	Setting layout racepack collection mudah untuk dimengerti.	0,714	0,1824	*Valid*
Reliability	11	Ketepataan waktu start dan cut off time	0,708	0,1824	*Valid*
	12	Kecepatan tenaga medis dalam merespon peserta	0,597	0,1824	*Valid*
	13	Jalur lari yang dilalui steril dari kendaraan	0,766	0,1824	*Valid*
	14	Kemudahan mendaptakam informasi race melalui media	0,752	0,1824	*Valid*
	15	Fasilitas racepack yang dibagikan	0,817	0,1824	*Valid*
	16	Kemudahan melakukan registrasi	0,759	0,1824	*Valid*
	17	Pembagian medali dan refreshment finih lain rapi dan tertib	0,723	0,1824	*Valid*
	18	Kemudahan mengakses Web site	0,764	0,1824	*Valid*
Responsiveness	19	Ketanggapan crew dalam melayani racepack collection	0,891	0,1824	*Valid*
	20	Ketepatan crew dalam membagikan racepack	0,71	0,1824	*Valid*
	21	Kecepatan crew dalam membagikan racepack	0,735	0,1824	*Valid*
	22	Ketanggapan crew saat melayani complain	0,784	0,1824	*Valid*
	23	Ketepatan informasi yang diberikan oleh crew	0,869	0,1824	*Valid*
	24	Semua crew race organizer dan volunteer mengetahui detail event	0,619	0,1824	*Valid*
Assurance	25	Keamanan di race area race	0,857	0,1824	*Valid*
	26	Race organizer mengganti atribut jika	0,843	0,1824	*Valid*

		tidak sesuai atau cacat			
	27	Perlakuan Mesarace terhadap semua peserta race adil	0,723	0,1824	*Valid*
	28	Rumah sakit rujukan yang disediakan	0,773	0,1824	*Valid*
	29	Asuransi kesehatan dan kecelakaan peserta marathon	0,846	0,1824	*Valid*
Emphaty	30	Perhatian personal kepada peserta	0,656	0,1824	*Valid*
	31	Setiap peserta mendapatkan informasi *up to date*	0,867	0,1824	*Valid*
	32	Seluruh crew race organizer dan volunteer ramah terhadap peserta	0,913	0,1824	*Valid*
	33	Seluruh crew race organizer dan volunteer kiomunikatif	0,801	0,1824	*Valid*
	34	Public relation terbuka menerima kritik, saran dan komplain	0,807	0,1824	*Valid*

Sebelum menghitung menghitung service quality pada penelitian ini, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap jawaban responden sebanyak 116 responden. Kemudian melakkan membandingkannya dengan korelasi skor total masing – masing pernyataan. data pernyataan dapat dikatakan valid jika setiap hasil pernyataan memiliki rhitung lebih besar daripada rtabelnya. Selanjutnya jika rtabel lebih besar dari rhitung maka data pernyataan tersebut dikatakan tidak valid dan harus dibuang.

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas pelanggan untuk perepsi pelanggan yang ditunjukkan pada tabel 4.1 dengan membandingkan rhitung dengan rtabel sebanyak 116 responden pada peserta mandiri Jogja Marathon dengan persentase kesalahan 5%. Didapatkan hasil bahwa keseluruhan rhitung > 0.1824, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan pernyataan yang berjumlah 34 butir dinyatakan valid.

3.4.2 Uji Validitas Harapan Pelanggan

Berikut adalah hasil uji validitas harapan peserta mandiri Jogja Marathon yang ditunjukkan pada tabel 4.2 di bawah ini.

Tabel 4.2 Uji Validitas Harapan Pelanggan

Dimensi	No.	Pertanyaan	r_{Hitung}	r_{Tabel}	Hasil
Tangible	1	Ketersediaan papan dan rambu penunjuk menuju lokasi cukup	0,525	0,1824	*Valid*
	2	Peralatan race yang disediakan lengkap	0,576	0,1824	*Valid*
	3	Ketersediaan fasilitas penunjang (toilet, deposit bag, lahan parkir)	0,701	0,1824	*Valid*
	4	Kenyamanan tempat racepack collection	0,819	0,1824	*Valid*
	5	Kerapian, kebersihan, dan kenyamanan area race	0,85	0,1824	*Valid*
	6	Penampilan petugas marshall dan crew selama race berlangsung rapi	0,818	0,1824	*Valid*
	7	Jumlah waterstation dan resfreshment memadai	0,763	0,1824	*Valid*
	8	Kejelasan informasi mengenai race yang ditunjukkan dalam booklet	0,803	0,1824	*Valid*
	9	Desain dan kualitas medali yang diberikan	0,698	0,1824	*Valid*
	10	Setting layout racepack collection mudah untuk dimengerti.	0,821	0,1824	*Valid*
Reliability	11	Ketepataan waktu start dan cut off time	0,787	0,1824	*Valid*
	12	Kecepatan tenaga medis dalam merespon peserta	0,727	0,1824	*Valid*
	13	Jalur lari yang dilalui steril dari kendaraan	0,686	0,1824	*Valid*
	14	Kemudahan mendaptakam informasi	0,793	0,1824	*Valid*

		race melalui media			
	15	Fasilitas racepack yang dibagikan	0,765	0,1824	*Valid*
	16	Kemudahan melakukan registrasi	0,745	0,1824	*Valid*
	17	Pembagian medali dan refreshment finih lain rapi dan tertib	0,783	0,1824	*Valid*
	18	Kemudahan mengakses Web site	0,784	0,1824	*Valid*
Responsiveness	19	Ketanggapan crew dalam melayani racepack collection	0,727	0,1824	*Valid*
	20	Ketepatan crew dalam membagikan racepack	0,602	0,1824	*Valid*
	21	Kecepatan crew dalam membagikan racepack	0,673	0,1824	*Valid*
	22	Ketanggapan crew saat melayani complain	0,782	0,1824	*Valid*
	23	Ketepatan informasi yang diberikan oleh crew	0,744	0,1824	*Valid*
	24	Semua crew race organizer dan volunteer mengetahui detail event	0,85	0,1824	*Valid*
Assurance	25	Keamanan di race area race	0,836	0,1824	*Valid*
	26	Race organizer mengganti atribut jika tidak sesuai atau cacat	0,844	0,1824	*Valid*
	27	Perlakuan Mesarace terhadap semua peserta race adil	0,825	0,1824	*Valid*
	28	Rumah sakit rujukan yang disediakan	0,836	0,1824	*Valid*
	29	Asuransi kesehatan dan kecelakaan peserta marathon	0,735	0,1824	*Valid*
Emphaty	30	Perhatian personal kepada peserta	0,841	0,1824	*Valid*
	31	Setiap peserta mendapatkan informasi *up to date*	0,852	0,1824	*Valid*
	32	Seluruh crew race organizer dan volunteer ramah terhadap peserta	0,856	0,1824	*Valid*
	33	Seluruh crew race organizer dan	0,860	0,1824	*Valid*

	volunteer kiomunikatif			
34	Public relation terbuka menerima kritik, saran dan komplain	0,825	0,1824	*Valid*

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas pelanggan untuk perepsi pelanggan yang ditunjukkan pada tabel 4.2 dengan membandingkan rhitung dengan rtabel sebanyak 116 responden pada peserta mandiri Jogja Marathon dengan persentase kesalahan 5%. Didapatkan hasil bahwa keseluruhan rhitung > 0.1824, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan pernyataan yang berjumlah 34 butir dinyatakan valid.

4.5 Uji Reliabilitas.

Kata reliabilitas berasal dari kata *reliability* yang berarti kehandalan. Sehingga uji reliabilitas disebut juga dengan uji kehandalan/keakuratan. Tujuan dari mengukur reliabilitas adalah untuk mengetahui keakuratan sebuah alat ukur dalam melakukan pengukuran tertentu. Semakin tinggi nilai reliabilitasnya maka semakin akurat pernyataan tersebut. Dan jika nilai relibialitasnya rendah, maka keakuratannya semakin rendah. Artinya jika nilai keakuratan alat ukur tersebut tinggi, jika pernyataan ditanyakan kepada responden yang berbeda jawabanyya akan sama atau meyerupai dari jawaban resonden yang lainnya. Dengan kata lain, reliabilitas dapat menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. (Tony Wijaya, 2011: 86)

Pada uji reliabilitas kali ini menggunakan rumus *Cronchbach Alpha*, dengan bantuan software SPSS 23.0. Dengan ketentuan apabila rhitung lebih besar daripada rtabel, maka dapat dinyatakan bahwa pernyataan tersebut reliabel.

Tabel 4.3 Tingkat Reliabilitas
Sumber : (Suharsimi & Arikunto, 1998)

Nilai	Tingkat
0 – 0,2	Sangat rendah
0,2 – 0,4	Rendah
0,4 – 0,6	Cukup
0,6 – 0,8	Tinggi
0,8 – 1,0	Sangat tinggi

4.5.1 Uji Reliabilitas Persepsi

Berikut adalah hasil uji reliabilitas persepsi yang dilakukan peneliti menggunakan rumus Cronbach's Alpha dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Persepsi

No.	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil
1	Tangible (Bukti fisik)	0,799	0,1824	Reliabel tinggi
2	*Reliabillity* (Reliabilitas)	0,873	0,1824	Reliabel sangat tinggi
3	*Responsiveness* (Daya Tanggap)	0,838	0,1824	Reliabel sangat tinggi
4	*Assurance* (Jaminan)	0,857	0,1824	Reliabel sangat tinggi
5	*Empathy* (Empati)	0,904	0,1824	Reliabel sangat tinggi

Berdasarkan tabel 4.4 uji reliabilitas persepsi pelanggan terhadap 116 responden dengan tingkat error sebesar 5% dan kepercayaan sebesar 95% didapatkan nilai r_{hitung} untuk

dimensi *tangible* sebesar 0,799, dimensi *reliability* sebesar 0,873, dimensi *responsiveness* sebesar 0,838, dimensi *assurancce* sebesar 0,857 dan dimensi *empathy* sebesar 0,904. Dari kelima dimensi tersebut nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yang bernilai 0,1824. Sehingga kuesioner dikatakan reliabel, dan bila ditnayakan kepada sampel yang lainnya akan memberikan jawaban yang tidak jauh berbeda, artinya pernyataan dalam kuesioner ini dapat digunakan dalam penelitian.

4.5.2 Uji Reliabilitas Harapan

Berikut adalah hasil uji reliabilitas persepsi yang dilakukan peneliti menggunakan rumus Cronbach's Alpha dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Harapan

No.	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil
1	Tangible (Bukti fisik)	0,907	0,1824	Reliabel sangat tinggi
2	*Reliabillity* (Reliabilitas)	0,890	0,1824	Reliabel sangat tinggi
3	*Responsiveness* (Daya Tanggap)	0,948	0,1824	Reliabel sangat tinggi
4	*Assurance* (Jaminan)	0,870	0,1824	Reliabel sangat tinggi
5	Emphaty (Empati)	0,899	0,1824	Reliabel sangat tinggi

Berdasarkan tabel 4.4 uji reliabilitas persepsi pelanggan terhadap 116 responden dengan tingkat error sebesar 5% dan kepercayaan sebesar 95% didapatkan nilai r_{hitung} untuk dimensi *tangible* sebesar 0,907, dimensi *reliability* sebesar 0,890, dimensi *responsiveness* sebesar 0,948, dimensi *assurancce* sebesar 0,870 dan dimensi *empathy* sebesar 0,899. Dari kelima dimensi tersebut nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yang bernilai 0,1824. Sehingga kuesioner dikatakan reliabel, dan bila ditnayakan kepada sampel yang lainnya akan memberikan jawaban yang tidak jauh berbeda, artinya pernyataan dalam kuesioner ini dapat digunakan dalam penelitian.

4.6 Pengolahan Data *Servqual*

4.6.1 *Tangible*

Pada dimensi *tangible* (bukti fisik) diartikan sebagain tampilan fisik yang nyata yaitu fasilitas-fasilitas yang ada dan dapat dirasakan langsung oleh pelanggan. Dimensi ini merupakan dimensi pertama kali yang akan dirasakan pelanggan dengan panca indra nya sehingga dimensi ini merupakan dimensi yang sangat penting bagi pelanggan maupun calon pelanggan. Berikut adalah hasil perhitungan nilai *servqual* pada dimensi *tangibel* disajikan dalam tabel 4.6 :

Tabel 4.6 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi *Tangible*

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
1	Ketersediaan papan dan rambu penunjuk menuju lokasi cukup	3,784	4,103	-0,319
2	Peralatan race yang disediakan lengkap	4,103	4,457	-0,353
3	Ketersediaan fasilitas penunjang	3,319	4,664	-1,345
4	Kenyamanan tempat racepack collection	3,681	4,353	-0,672
5	Kerapian, kebersihan, dan kenyamanan area race	3,862	4,767	-0,905
6	Penampilan petugas marshall dan crew selama race berlangsung rapi	3,647	4,009	-0,362
7	Jumlah waterstation dan resfreshment memadai	3,914	4,948	-1,034
8	Kejelasan informasi mengenai race yang ditunjukkan dalam booklet	3,750	4,353	-0,603
9	Desain dan kualitas medali yang diberikan	3,983	4,328	-0,345
10	Setting layout racepack collection mudah untuk dimengerti.	3,784	4,397	-0,612

4.6.2 *Reliability*

Pada dimensi *reliability* berisikan butir pernyataan yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Dimensi ini merupakan dimensi pelayanan dimana penyedia jasa memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sumberdayanya. Berikut adalah hasil perhitungan nilai *servqual* pada dimensi *reliability* disajikan dalam tabel 4.7 :

Tabel 4.7 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi *Reliability*

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
11	Ketepataan waktu start dan cut off time	3,888	4,733	-0,845
12	Kecepatan tenaga medis dalam merespon peserta	3,379	4,819	-1,440
13	Jalur lari yang dilalui steril dari kendaraan	3,207	4,707	-1,500
14	Kemudahan mendaptakam informasi race melalui media	3,517	4,155	-0,638
15	Fasilitas racepack yang dibagikan	3,466	4,121	-0,655
16	Kemudahan melakukan registrasi	3,078	4,647	-1,569
17	Pembagian medali dan refreshment finih lain rapi dan tertib	3,853	4,672	-0,819
18	Kemudahan mengakses Web site	3,224	4,647	-1,422

4.6.3 *Responsiveness*

Dimensi *responsiveness* merupakan keinginan dan kemauan karyawan serta perusahaan dalam memberikan bantuan dan memberikan respon kecepatan serta ketepatan dalam melayani pelanggannya. Keinginan pelanggan dari dimensi ini akan meningkat dari waktu ke waktu karena pelanggan ingin menjadi prioritas utama. Sehingga dimensi ini tergolong sangat penting untuk dikaji. Berikut adalah hasil perhitungan nilai *servqual* pada dimensi *responsiveness* disajikan dalam tabel 4.8 :

Tabel 4.8 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi *Responsiveness*

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
19	Ketanggapan crew dalam melayani racepack collection	3,638	4,517	-0,879
20	Ketepatan crew dalam membagikan racepack	3,647	4,569	-0,922
21	Kecepatan crew dalam membagikan racepack	3,552	4,345	-0,793
22	Ketanggapan crew saat melayani complain	3,414	4,526	-1,112
23	Ketepatan informasi yang diberikan oleh crew	3,509	4,517	-1,009
24	Semua crew race organizer dan volunteer mengetahui detail event	3,509	4,638	-1,129

4.6.4 *Assurance*

Dimensi *assurance* merupakan pengetahuan dari karyawan atau perusahaan dalam menanamkan rasa percaya terhadap produk dan jasa dari perusahaan yang bersangkutan. Ada empat aspek yang bisa jadi parameter dalam dimensi ini, aspek-aspek tersebut adalah keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan. Berikut adalah hasil perhitungan nilai *servqual* pada dimensi *assurance* disajikan dalam tabel 4.9 :

Tabel 4.9 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi *Assurance*

Atribut	Pernyataan	Persepsi	Harapan	Gap
25	Keamanan di race area race	3,552	4,802	-1,250
26	Race organizer mengganti atribut jika tidak sesuai atau cacat	3,431	4,569	-1,138
27	Perlakuan Mesarace terhadap semua peserta race adil	3,612	4,457	-0,845
28	Rumah sakit rujukan yang disediakan	3,560	4,733	-1,172
29	Asuransi kesehatan peserta marathon	3,629	4,560	-0,931

4.6.5 *Empathy*

Dimensi *empathy* merupakan perhatian yang diberikan dari perusahaan terhadap personal pelanggan di mana setiap elemen perusahaan memberikan perhatian dan pelayanan baik dari segi informasi, pelayanan, dan memahami kebutuhan pelanggan. Berikut adalah hasil perhitungan nilai *servqual* pada dimensi *empathy* disajikan dalam tabel 4.10 :

Tabel 4.10 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi *Empathy*

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
30	Perhatian personal kepada peserta	3,500	4,190	-0,690
31	Setiap peserta mendapatkan informasi *up to date*	3,586	4,362	-0,776
32	Seluruh crew race organizer dan volunteer ramah terhadap peserta	3,698	4,164	-0,466
33	Seluruh crew race organizer dan volunteer kiomunikatif	3,707	4,224	-0,517
34	Public relation terbuka menerima kritik, saran dan komplain	3,517	4,345	-0,828

4.6.6 Data *Ranking Gap* Keseluruhan

Dari hasil perhitungan nilai rata-rata *gap* secara keseluruhan dari kelima dimensi, selanjutnya seluruh butir pernyataan yang ditanyakan diurutkan berdasarkan nilai *negative* tertinggi hingga negative terendah. Nilai *negative* tertinggi menunjukkan urutan prioritas ketidak puasan pelanggan terhadap kinerja *race organizer*. *Ranking* nilai gap disajikan dalam tabel 4.11 berikut ini :

Tabel 4.11 Data *Ranking Gap* Seluruh Atribut

No.	Pernyataan	*Gap*	*Rank*
1	Kemudahan melakukan registrasi	-1,569	1
2	Jalur lari yang dilalui steril dari kendaraan	-1,500	2
3	Kecepatan tenaga medis dalam merespon peserta	-1,440	3

4	Kemudahan mengakses Web site	-1,422	4
5	Ketersediaan fasilitas penunjang	-1,345	5
6	Keamanan di race area venue	-1,250	6
7	Rumah sakit rujukan yang disediakan	-1,172	7
8	Race organizer mengganti atribut jika tidak sesuai atau cacat	-1,138	8
9	Semua crew race organizer dan volunteer mengetahui event	-1,129	9
10	Ketanggapan crew saat melayani complain	-1,112	10
11	Jumlah waterstation dan resfreshment memadai	-1,034	11
12	Ketepatan informasi yang diberikan oleh crew	-1,009	12
13	Asuransi kesehatan dan kecelakaan peserta marathon	-0,931	13
14	Ketepatan crew dalam membagikan racepack	-0,922	14
15	Kerapian, kebersihan, dan kenyamanan area race	-0,905	15
16	Ketanggapan crew dalam melayani racepack collection	-0,879	16
17	Ketepataan waktu start dan cut off time	-0,845	17
18	Perlakuan Mesarace terhadap semua peserta race adil	-0,845	17
19	Public relation terbuka menerima kritik, saran dan komplain	-0,828	19
20	Pembagian medali dan refreshment finih lain rapi dan tertib	-0,819	20
21	Kecepatan crew dalam membagikan racepack	-0,793	21
22	Setiap peserta mendapatkan informasi update	-0,776	22
23	Perhatian personal kepada peserta	-0,690	23
24	Kenyamanan tempat racepack collection	-0,672	24
25	Fasilitas racepack yang dibagikan	-0,655	25
26	Kemudahan mendaptakam informasi race melalui media	-0,638	26
27	Setting layout racepack collection mudah untuk dimengerti.	-0,612	27
28	Kejelasan informasi mengenai race yang ditunjukkan dalam booklet	-0,603	28
29	Seluruh crew race organizer dan volunteer kiomunikatif	-0,517	29

30	Seluruh crew race organizer dan volunteer ramah terhadap peserta	-0,466	30
31	Penampilan petugas marshall dan crew selama race berlangsung rapi	-0,362	31
32	Peralatan race yang disediakan lengkap	-0,353	32
33	Desain dan kualitas medali yang diberikan	-0,345	33
34	Ketersediaan papan dan rambu penunjuk menuju lokasi cukup	-0,319	34

4.6.7 Perhitungan Kualitas Pelayanan

Selanjunya setelah didapatkan nilai gap tertinggi hingga terendah, perlu untuk mengethui kualitas pelayan perusahaan terhadap persepsi pelanggan. Tahap yang dilakukan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

$$\text{Kualitas Layanan (Q)} = \frac{\text{Penilaian(persepsi)}}{\text{Harapan}}$$

Tabel 4.12 Perhitungan Kualitas Pelayanan

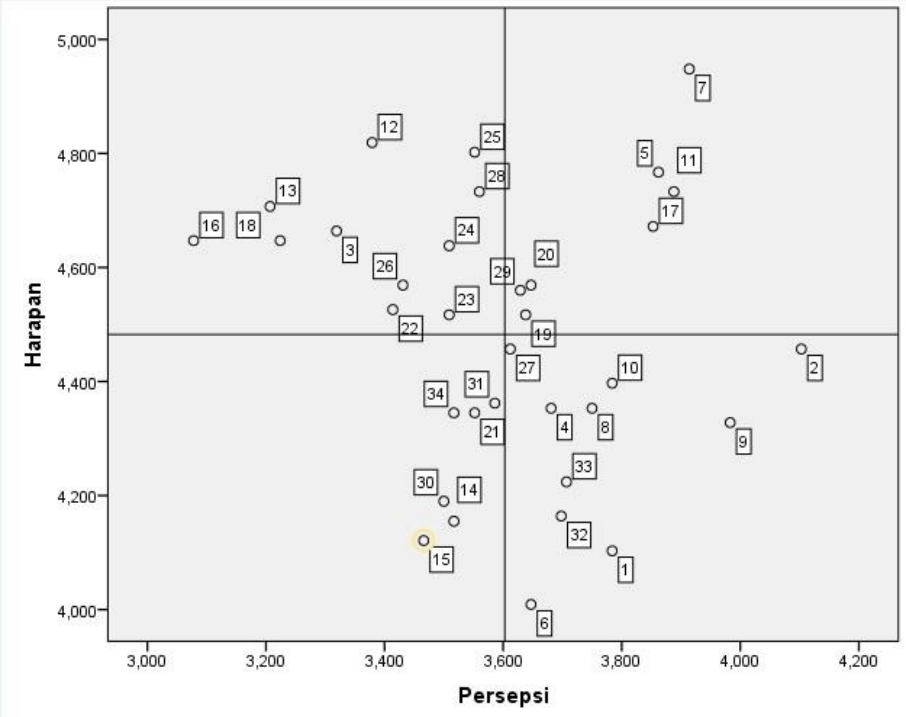
No.	Dimensi	Persepsi (P)	Harapan (E)	GAP	Q = P/E
1	*Tangibles*	3,783	4,443	-0,669	0,851
2	*Reliabillity*	3,452	4,563	-1,111	0,756
3	*Responsiveness*	3,545	4,519	-0,974	0,784
4	*Assurance*	3,557	4,624	-1,067	0,769
5	*Emphaty*	3,602	4,257	-0,655	0,846
	Rata-rata	3,587	4,481	-0,894	0,802

Jika nilai $Q \geq 1$, maka kesenjangan atas kualitas pelayanan perusahaan dinyatakan baik. atau performa pelayanan sudah melebihi persepsi pelanggan Jika melihat skor yang

ditunjukkan pada tabel 4.13, maka dimensi *Empathy* merupakan yang paling mendekati 1. Sedangkan nilai terkecil ditunjukkan dimensi *reliability.*

4.7 *Importance PerformanceAnalysis*

Diagram Importance Performance Analysis digunakan untuk mengetahui posisi setiap atribut pernyataan yang ditanyakan kepada pelanggan Mesarace *Organize*r pada *event* Mandiri Jogja Marathon di Prambanan terhadap persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan. Persepsi diartikan sebagai kinerja yang telah dilakukan dan harapan dimaksudkan sebagai keinginan pelayanan yang diinginkan pelanggan. Langkah menentukan posisi atribut kedalam kuadran didapatkan dengan menentukan nilai *mean* masing-masing atribut pernyataan persepsi sebagai sumbu X. Peneliti menggunakan sofware SPSS 23.0 untuk menentukan nilai diagram kartesius yang hasilnya ditunjukkan pada gambar 4.1 berikut :



Gambar 4.1 Diagram Kartesius

Untuk memudahakan analisa kemudian kuadran dijabarkan kedalam sebuah tabel berikut ini :

Tabel 4.13 Nilai Keanggotaan Kuadran

Dimensi	Atribut	Gap	Kuadran
Tangible	Ketersediaan papan dan rambu penunjuk menuju lokasi cukup	-0,319	D
	Peralatan race yang disediakan lengkap	-0,353	D
	Ketersediaan fasilitas penunjang (toilet, deposit bag, lahan parkir)	-1,345	A
	Kenyamanan tempat racepack collection	-0,672	D
	Kerapian, kebersihan, dan kenyamanan area race	-0,905	B
	Penampilan petugas marshall dan crew selama race berlangsung rapi	-0,362	D
	Jumlah waterstation dan resfreshment memadai	-1,034	B
	Kejelasan informasi mengenai race yang ditunjukkan dalam booklet	-0,603	D
	Desain dan kualitas medali yang diberikan	-0,345	D
	Setting layout racepack collection mudah untuk dimengerti.	-0,612	D
Reliability	Ketepataan waktu start dan cut off time	-0,845	B
	Kecepatan tenaga medis dalam merespon peserta	-1,440	A
	Jalur lari yang dilalui steril dari kendaraan	-1,500	A
	Kemudahan mendaptakam informasi race melalui media	-0,638	C
	Fasilitas racepack yang dibagikan	-0,655	C
	Kemudahan melakukan registrasi	-1,569	A
	Pembagian medali dan refreshment finih lain rapi dan tertib	-0,819	B
	Kemudahan mengakses Web site	-1,422	A
Responsiveness	Ketanggapan crew dalam melayani racepack collection	-0,879	B
	Ketepatan crew dalam membagikan racepack	-0,922	B
	Kecepatan crew dalam membagikan racepack	-0,793	C
	Ketanggapan crew saat melayani complain	-1,112	A
	Ketepatan informasi yang diberikan oleh crew	-1,009	A

	Semua crew race organizer dan volunteer mengetahui detail event	-1,129	A
Assurance	Keamanan di race area race	-1,250	A
	Race organizer mengganti atribut jika tidak sesuai atau cacat	-1,138	A
	Perlakuan Mesarace terhadap semua peserta race adil	-0,845	D
	Rumah sakit rujukan yang disediakan	-1,172	A
	Asuransi kesehatan dan kecelakaan peserta marathon	-0,931	B
Emphaty	Perhatian personal kepada peserta	-0,690	C
	Setiap peserta mendapatkan informasi *up to date*	-0,776	C
	Seluruh crew race organizer dan volunteer ramah terhadap peserta	-0,466	D
	Seluruh crew race organizer dan volunteer kiomunikatif	-0,517	D
	Public relation terbuka menerima kritik, saran dan komplain	-0,828	C

BAB V

PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai pembahasan selama penelitian ini berlangsung degan korelasinya terhadap tujuan penelitian ini dilakukan. Sehingga pada hasil akhir dapat menjawab tujuan penelitian ini dilakukan dan dapat memberikan rekomendasi untuk perbaikan bagi perusahaan terkait.

5.1 Analisis Kualitas Jasa Pelayanan

Untuk mengetahui kualitas sebuah jasa pelayanan dalam bidang *race organizer* ditentukan setiap dimensi yang akan diukur, hasil observasi peneniliti menemukan terdapat lima dimensi yang dapat diukur tingkat pelayanan dari sisi pelanggan meliputi *tangibles* , r*eliability*, r*esponsiveness*, a*ssurance*, dan *empathy*. Dari kelima dimensi tersebut peneliti kemudian melakukan observasi dengna melalu wawancara dan menanyakan kepada peserta Mandiri Jogja Marathon th 2017 untuk menentukan atribut dari masing-masing dimensi. Kemudian didapatkan 34 atribut total meliputi 10 atribut dimensi *tangible*, 8 atribut dimensi *reliability*, 6 atribut dimensi *responsiveness*, 5 atribut dimensi *asuurance*, dan 5 atribut dimensi *empathy*.

5.2 Uji Kecukupan Data

Dengan menggunakan tingkat ke kepercayaan sebesar 90% dan tingkat ketelitian (α) sebesar 10% didapatkan jumlah data/sampel minimal sejumlah 104,1 sampel. Peneliti menentukan nilai proporsi dengan menggunakan perbandingan kuesioner yang disebarkan dan kuesioner yang kembali. Didapatkan nilai proporsi sebesar 0,89 dan nilai *p*-1 sebesar 0,11. Dari 130 kuesioner yang disebarkan kembali sebanyak 116 dan kesemua jawaban kuesioner dinyatakan valid. Sehingga peneliti menggunakan data seluruhnya untuk lebih dapat menggambarkan keadaan populasi yang sesungguhnya.

5.3 Uji Validitas

Untuk melakukan uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS *23.0* yang hasilnya dapat dilihat pada *Corrected Item – Total Correlation*. Nilai r_{tabel} untuk responden sebanyak 116 sebesar 0,1824. Pada tabel 4.1 hasil r_{hitung} untuk uji validitas persepsi pelanggan semuanya lebih besar dari 0,1824. Dan pada uji validitas harapan pelanggan pada tabel 4.2 hasil r_{hitung} lebih besar dari 0,1824.

Karena hasil r_{hitung} yang didapatkan lebih besar daripada nilai dari r_{tabel} 0,1824 untuk semua atribut pada tabel 4.1 dan tabel 4.2 sebanyak masing masing 34 buah pernyataan, artinya data yang didapatkan dari seluruh responden valid dan dapat untuk dijadikan sumber data penelitian.

5.4 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa akurat sebuah alat ukur dalam mengukur sesuatu yang akan diukur. Sehingga jika pernyataan ini ditanyakan kepada responden yang lain jawabannya tidak akan jauh berbeda dengan jawaban yang lainnya. Uji reliabilitas dilakukan dengan bantuna *software* SPSS 26.0 dengan dengan tingkat signifikan sebesar 5% serta derajat kebebasan (df) = n-2 sehingga 116–2 = 114, sehingga r_{tabel} nya adalah 0,1824.

Uji *reliabilitas* dilakukan menggunakan rumus *Cronchbach Alpha*, dengan ketentuan apabila r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel}, maka dapat dinyatakan bahwa data tersebut reliabel. Pengujian reliabilitas ini dilakukan dengan *software Statistical Product and Service Solution* (*SPSS*)23.0. Pada perhitungan uji reliabilitas persepsi pelanggan ditnjukkan pada tabel 4.4 menunjukkan hasil untuk dimensi *tagible* sebesar 0,799 *reliability* sebesar 0,873, *responsiveness* sebesar 0,838 dan *assurance* sebesar 0,875 serta dimensi empathy sebesar 0,904. Selanjutnya pada perhitungan uji reliabilitas harapan pelanggan ditnjukkan pada tabel 4.5 menunjukkan hasil untuk dimensi *tagible* sebesar 0,907 *reliability* sebesar 0,890, *responsiveness* sebesar 0,948 dan *assurance* sebesar 0,870 serta dimensi empathy sebesar 0,899. Hasilnya untuk seluruh uji validitas masing-masing dimensi dari persepsi dan harapan pelanggan

menunjukkan besar seluruh nilainya lebih besar dari r_{tabel} dan kuesioner dinyatakan reliabel untuk mengukur persepsi dan harapan pelanggan.

5.5 *Service Quality*

Untuk menghitung nilai service quality terlebih dahulu dicari nilai rata-rata dari masing-masing atribut, kemudian mengurangkannya antara nilai rata-rata persepsi dengan nilai rata-rata harapan pelanggan. Jika hasil gap bernilai positive artinya atribut tersebut sudah memberikan tingkat kepuasan kepada pelanggannya, namun jika atribut bernilai negative artinya atribut tersebut dinilai pelanggan masih belum memberikan kepuasan yang diharapkan. Sehingga atribut yang bernilai negative ini perlu untuk dilakukan perbaikan.

5.5.1 Analisa *Tangible*

Pada dimensi *tangible* atau bukti fisik dapat diartikan sebagai tampilan fisik perusahaan yakni dengan adanya fasilitas-fasilitas yang ada di perusahaan yang bisa dirasakan langsung oleh pelanggan. Dimensi ini adalah dimensi yang pertama kali dirasakan oleh pelanggan, karena suatu *service* tidak terlihat atau dirasakan oleh indera manusia, maka aspek *tangible* menjadi bagian penting dari *service quality*. Pada dimensi *tangible* didapatkan nilai keseluruahan atribut bernilai negatif artinya pelanggan belum puas dengan performa perusahaan. Nilai *negative* terbesar adalah ketersediaan fasilitas penunjang dengan nilai sebesar -1,345 selanjutnya gap kedua adalah jumlah waterstation dan fereshment yang memadai sebesar -1,304.

Dimensi kerapian, kebersihan, dan kenyamanan area race mendapat nilai urutan ketiga dengan nilai gap sebesar -0,905. Urutan dimensi negatif terbesar keempat dan kelima adalah kerapian tempat racepack collection dan setting layout racepack collection mudah untuk dimengerti dengan nilai negatif secara berurutan -0,672 dan -0,612. Sedangkan urutan selanjutnya secara berurutan jumlah informasi mengenai race yang ditunjukkan dalam booklet, penampilan petugas marshall dan crew selama race berlangsung rapi, peralatan race yang disediakan lengkap, desain dan kualitas medali yang diberikan, Ketersediaan papan dan rambu penunjuk menuju lokasi cukup memiliki nilai sebesar -0,603, -0,362, -0,353, -0,345, -0,319.

Solusi yang daat ditawarkan untuk mengatasi permasalahan kualitas pada event Mandiri Jogja Marathon dengan cara menambah fasilitas peunjang di area *race village* seperti penambahan toilet, menambah area istirahat dengan menggunakan peneduh, fasilitas peunjang seperti kipas angin di area finis juga perlu untuk ditambakan dan tidak lupa fasilitas tempat *photo booth* juga dapat dijadikann pertimbangan. Selanjutnya untuk mengatasi gap kedua, jumlah *waterstation* dan *refreshment* dapat ditambahkan dengan jarak yang lebih dekat untuk kategori *fullmarathon* dan menambahkan lebih banyak jenis makanan dan minuman yang ada di waterstation tersebut.

5.5.2 Analisa *Reliability*

Reliabillity merupakan kompetensi perusahaan untuk meberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan terhadapa pelanggan. Pada tabel 4.7 menghitung tingkat kepuasan pada dimensi *reliability* yang ditunjukkan dengan nilai *gap* yang keseluruhannya bernilai negatif. Dimensi *reliability* memiliki nilai rata-rata negatif paling besar jika dibandingkan dengan dimensinya yang lain, dan dari seluruh atribut, nilai gap terbesar ada pada dimensi ini.

Jika dilihat pada tabel 4.7 nilai *gap* terbesar dimiliki atribut kemudahan registrasi dengan nilai gap -1,569 ini sekaligus gap terbesar dari seluruh atribut yang diteliti. Kemudian gap tertinggi kedua dengan nilai -1,500 Kemampuan mengamankan Jalur lari yang dilalui steril dari kendaraan. Kedua atribut di atas merupakan atribut dengan nilai negatif tertinggi dan harus menjadi prioritas utama perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanannya. Selanjutnya atribut yang juga menjdai perhatian ketiga dengan nilai gap terbesar ketiga kecepatan tenaga medis dalam merespon peserta memiliki nilai negatif -1,440. Dan atribut keempat sekaligus urutan terbesar keempat yang perlu diperhatikan Kemudahan mengakses Web site dengan nilai gap -1,422.

Jika dilihat secara saksama nilai dimensi *reliability* ini menyumbang nilai negatif tertinggi, dimualia dari registrasi, mengamankan jalur pelari, kecepatan tenaga medis dalam merespon peserta dan kemudahan dalam mengakses web semuanya memiliki gap lebi dari 1. Perhatian harus diberikan lebih pada dimensi ini, untuk mengakomodir para pendaftar diberikan kemudahan dalam melakukan registrasi, dengan cara memperkuat servernya dan memberikan tampilan *user interface* yang lebih

menarik dan mudah untuk dimengerti. Selanjutnya teknis dilapangan memberikan edukasi kepada tenaga medis untuk merespon peserta lebih cepat, dan memberikan pengamanan yang lebih di sekitar area persimpangan dan titik-titik rawan untuk mengamankan rute pelari.

5.5.3 Analisa *Responsiveness*

Responsiveness merupakan keinginan dari perusahaan untuk menolong pelanggan dan menyediakan kecepatan serta ketepatan dalam melayani pelanggan. Pelanggan akan selalu memiliki harapan yang semakin meningkat, karena sifat manusiawi yang tidak pernah terpuaskan. Serta harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan akan semakin meningkat dari waktu ke waktu karena pelanggan sangat ingin dilayani dengan cepat atau menjadi prioritas utama ketika datang ke perusahaan tersebut

Seluruh nilai atribut *responsiveness* ini memiliki nilai negatif sesuai yang ditampilkan pada tabel 4.8, degan skor tertinggi dimiliki atribut semua crew *race organizer* dan *volunteer* mengetahui detail *event* dengan nilai -1,129 dan nilai negatif terendah dimiliki atribut Kecepatan crew dalam membagikan racepack dengan nilai negatif -0,793. Dimensi selanjutnya secar berturut-turut ketepatan informasi yang diberikan oleh crew, ketepatan crew dalam membagikan racepack dan ketanggapan crew dalam melayani racepack collection memiliki nilai -1,009, -0,922, -0,879.

Dari keseluruhan atribut dalam dimensi ini empat atributnya dilakukan sebelum *race day* dilaksanakan, ini menjadi point penting bagi perusahaan untuk memperbaikinya, selanjutnya dua atributnya terjadi saat hari pelaksanaan. Banyak peserta yang menanyakan detail acara baik peraturan dan lokasi parkir dan yang lainnya. Dimensi ini seharusnya menjadi perhatian, karena banyak volunteer yang tidak mengtahui detail yang seharusnya. Solusi yang dapat ditawarkan dengan memberikan panduan digital kepada volunteer dan pihak yang dapat isebut panitia lapangan.

5.5.4 Analisa *Assurance*

Assurance atau jaminan adalah adanya pengetahuan dari karyawan atau perusahaan dalam menanamkan kepercayaan terhadap produk atau perusahaan tersebut. Terdapat

empat aspek yang bisa jadi parameter dalam dimensi ini, aspek-aspek tersebut adalah keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan. Berdasarkan perhitungan nilai *gap* pada tabel 4.9 dimensi ini semua bernilai negatif (-). Nilai negatif dimensi ini merupakan urutan tertinggi kedua jika dibandingkan dengan 4 dimensi lainnya. Tidak adanaya nilai positif menunjukann bahwa pelanggan masih belum puas dengan atribut yang ada pada dimensi ini.

Nilai gap terbesarnya pada atribut keamanan di area *race* dengan nilai -1,250, padahal atribut ini merupakan atribut inti dari dimensi *assurance*. Dengan meberikan rasa keamanan yang lebih , maka peserta akan merasa sangat dierhatikan. Pengamanan tidak hanya meliputi area festifal tetapi juga keamanan saat berlari di rute. Termasuk dengan meminimalisir jumlah kendaraan bermotor yang lalu-lalang di sepanjang rute. Atribut selanjutnya rumah sakit rujukan yang disediakan dengan nilai -1,172, *race organizer* mengganti atribut jika tidak sesuai atau cacat dengan nilai -1,138, asuransi kesehatan dan kecelakaan peserta marathon dengan nilai -0,931 dan atribut perlakuan Mesarace terhadap semua peserta race adil memiliki nilai gaap terkecil dengan nilai 0,845.

Pada dimensi *assurance* ini pelanggan masih belum terpuaskan dengan kemanan saat race (area rute dan festifal). Sehingga untuk kedepannya pengamanan dapat dilakukan dengan menambahkan *man power* saat pelaksanaan. Dengan meningkatkan pelayanannya pada dimensi *assurance* diharpkan dapa memenuhi kepuasan pelanggannya.

5.5.5 Analisa *Empathy*

Dimensi *empathy* meliputi kemudahan dalam melakukan komunikasi dan menjalin hubungan yang baik serta perhatian pribadi dan mampu dalam memahami kebutuhan pelanggan. Pada tabel 4.10 menunjukkan bahwadimensi ini juga tidak ditemukan gap dengan nilai positif dalam perhitungannya, nilai rata-rata gap dimensinya -0,655 dan menempati posisi gap dengan nilai negatif terendah.

Pada atribut *public relation* terbuka menerima kritik, saran dan komplain memiliki nilai gap tertinggi dengan skor -0,828, setiap peserta mendapatkan informasi *up to date* dengan skor -0,776, perhatian personal kepada peserta dengan skor -0,690

dan atribut seluruh crew race organizer dan volunteer kiomunikatif memiliki skor -0,517 serta atribut Seluruh crew race organizer dan volunteer ramah terhadap peserta memiliki skor -0,466.

Meskipun dimensi ini memiliki nilai negatif terendah, tapi dimensi ini belum memiliki nilai positif artinya pelanggan belum merasa terpuaskan dengan pelayann yang diberikan Mesarace *organizer.* Solusi yang dapat ditwarkan pada dimensi ini dengan lebih terbuka dengan kritik, saran dan komplain dengan lebih responsif. Selanjutnya memberikan informasi yang *up to date* kepada peserta dengan memberikan FAQ bail melalui email maupun dipajang pada website utama.

5.6 *Analisis* Kualitas Pelayanan

Dalam analisis kepuasan pada *event* Mandiri Jogja Marathon seperti yang disajikan pada tabel 4.12 dengan membagi nilai rata-rata gap persepsi masing-masing dimensi dengan gap rata-rata harapan setiap dimensi akan didapatkan skor akhir. Menurut Besterfield dalam jurnal Handoko (2011) jika (Q) $\geq$ 1, maka kesenjangan atas kualitas pelayanan bisa dikatakan baik. tabel 4.12 menunjukkan keseluruhan dimensi tidak ada yang memiliki nilai sama dengan 1. Dengan nilai paling besar dimensi *tangibles* dengan skor *0,851*, dimensi *empathy* dengan skor 0,846, dimensi *responsiveness* dengan skor 0,784, dimensi *assurance* dengan skor 0,769, dimensi *reliability* dengan skor terendah 0,756.

Meskipun nilai keseluruhan dimensi belum ada yang menunjukkan performa memuaskan dengan tidak adanya hasil skor yang $\geq$ 1, namun dapat dilihat bahwa dimensi *tangible* memilliki performa tebaik jika dibandingkan dengan semua dimensi yang lain. Dan dimensi *reliability* memeiliki nilai paling rendah yang artinya dimensi ini memerlukan perhaitan yang lebih dari perusahaan. Perhitungan penilaian kualitas ini sesuai dengan perhitungan menggunakan metode *Servqual* dimana nilai dimensi *reliability* memiliki nilai gap rata rata tertinggi.

5.7 Analisis *Importance Performance Analysis*

Analisis *importance performance analysis* digunakan untuk mengetahui posisi atribut yang diteliti pada *event* Mandiri Jogja Marathon berdasarkan tingkat kinerja yang telah diberikan pada *event* sebelumnya dan tingkat harapan pelari seabagai pelanggan. Sebelum menampilkan hasil pada diagram terlebih dahulu mengetahui tingkat kinerja dan harapan yang diperoleh dari rata-rata tiap tingkat kinerja (X) dan rata-rata tingkat kepentingan (Y) kemudian data tersebut dijelaskan dalam diagram *IPA*, sehingga diketahui letak kuadran tiap atribut dari masing-masing dimensi.

Diagaram IPA dibagi dalam empat kuadran dimana kuadran A menjadi prioritas utama dngan nilai kinerja yang negatif dan harapan yang bernilai tinggi, kuadran B menjadi prioritas kedua untuk dipertahankan dengan kinerja yang telah menujukkan hasil positif dan pelari juga memiliki harapan positif. Pada kuadran C mempunyai tingkat prioritas rendah (kurang penting) dan pada kuadran D memiliki tingkat kepentingan yang tidak terlalu penting (prioritas sangat rendah).

5.7.1 *Concentrate Here* (Kuadran A)

Kuadran A menunjukan bahwa tingkat kepentingan pelanggan terhadap atribut atau dimensi layanan tinggi, namun tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut atau dimensi layanan rendah. Sehingga atribut yang termasuk dalam kuadran ini perlu menjadi prioritas utama. Kondisi ini dinilai berbahaya karena antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja berlawanan arah sehingga perbaikan harus diprioritaskan atau dikonsentrasikan untuk atribut atau dimensi layanan yang berada pada kuadran ini. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah : kemudahan melakukan registrasi, kemudahan mengakses web site, kemampuan mengamankan jalur lari yang dilalui steril dari kendaraan, ketersediaan fasilitas penunjang, kecepatan tenaga medis dalam merespon peserta, race organizer mengganti atribut jika tidak sesuai atau cacat, ketanggapan crew saat melayani complain, ketepatan informasi yang diberikan oleh crew, semua crew race organizer dan volunteer mengetahui *detile event*, rumah sakit rujukan yang disediakan, keamanan di race area.

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya maka Mesarace perlu dengan segera melakukan perbaikan pada atribut yang terletak pada atribut ini. Solusi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan para pelari dapat dilakukan dengan memberikan kemudahan dalam melakukan registrasi dengan cara memperbanyak kuota atau memperkuat server. Untuk mengatasi atribut kemudahan website dapat dilakukan dengan cara pertama, selanjutnya perlu ditingkatkan kehandalan petugas dalam mengamankan rute dengan menambahkan *man power* di area rute berkontribusi dengan berbagai kalangan seperti dinas terkait dan polisi setempat. Selanjutnya perlu juga untuk diperhatikan ketersediaan fasilitas penunjang di area *race village* area sepanjang rute baik dengan memperbanyak *shower* area dan toilet portabel. Tenaga medis yang dieterjunkan di lapangan dinilai kurang sigap, solusinya dengan memperbanyak tenaga medis lapanagn yang lebih banyak dan berpengalaman.

Solusi yang lainnya dengan memlakukan *quality control* terhadap atribut-atribut yang akan dibagikan dari *vendor* penyedia atribut. *Crew* harus lebih tanggap dalam menerima komplain kritik dan saran dari pelari, memebrikan detail *event* kepada seluruh pihak yang dapat disebut sebagai panitia, memberikan fasilitas terbaik di rumah sakit yang menjadi rujukan dan meningkatkan keamanan di *race area*

5.7.2 *Keep Up The Good Work* (Kuadran B)

Kuadran B merupakan daerah yang harus dipertahankan oleh Mesarace selaku pelaksana karena tingkat pelaksanaannya sudah sesuai dengan kepentingan dan berhasil memberikan kepuasan kepada para pelari dan peserta. Atribut atau dimensi layanan berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan pelanggan terhadap atribut atau dimensi layanan tinggi. Tingkat kinerja yang ditunjukka oleh atribut atau dimensi layanan juga tinggi, sehingga atribut atau dimensi layanan yang berada pada kuadran ini dinilai aman dan harus dipertahankan kinerjannya.

Atribut yang masuk kedalam kuadaran ini meliputi : ketanggapan crew dalam melayani racepack collection, asuransi kesehatan dan kecelakaan peserta marathon, ketepatan crew dalam membagikan racepack, pembagian medali dan refreshment *finish*

line rapi dan tertib, kerapian, kebersihan, dan kenyamanan area race, ketepataan waktu start dan cut off time, jumlah waterstation dan resfreshment memadai.

Meskipun dalam analisis *servqual* atribut ini masih memiliki negative, namun setelah menghitungnya menggunakan diagram kartesius dengan menentukan sumbu X dan sumbu Y nya dengan nilai rata rata harapandan kinerja, atribut yang masuk kategori ini telah menunjukkan kinerja di atas rata-rata. Sehingga atribut yang ada pada kuadra ini perlu untuk dipertahankan.

5.7.3 *Low Priority* (Kuadran C)

Jika atribut atau dimensi layanan berada pada kuadran C, ini menunjukkan bahwa tingkat harapan pelanggan terhadap atribut atau dimensi layanan rendah. Tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut layanan juga rendah, dan kepuasan juga rendah, dan kualitasya juga rendah. Atribut yang masuk dalam kuadaran ini tetap mendapatkan perhatian untuk dilakukan perbaikan meskipun prioritasnya rendah, sehingga meskipun nilai kepentingan dimata konsumen ini rendah namun *Mesarace* mampu untuk melakukan perbaikan sehinggan performanya akan bernilai positif dan akan bergeser masuk kedalam kuadran D.

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah : Setiap peserta mendapatkan informasi update, Kecepatan crew dalam membagikan racepack, Public relation terbuka menerima kritik, saran dan komplain, Perhatian personal kepada peserta, Kemudahan mendaptakam informasi race melalui media, Fasilitas racepack yang dibagikan.

Kedepannya jika *Mesarace* telah mampu untuk memperbaiki performa kuadran A, solusi yang dapat ditwarakn terhadap kuadran C meliputi : menempatkan *crew* yang lebih tanggap dalam melayani *race pack collection*, meningkatkan sistem dan alur pelayanan saat rpc agar lebih cepat atau menambah jumlah *line* saat pengambilan RPC, memberikan perhatian personal dengan menambah jumlah tenaga lapangan teknis maupun dengan menambahkan admin *customer service*, memperbanyak informasi i media digital seperti facebook, twitter dan insagram di akun resmi serta dengan

menambah kuantitas dan meningkatkan *race pack* yang akan diberikan kepada peserta lari.

5.7.4 *Possible Overkill* (Kuadran D)

Kuadran D menunjukkan bahwa tingkat kepentingan dari pelari rendah dan memiliki kinerja tinggi. Ditunjukkan dengan nilai kepentingan di angka negatif dan skor kinerja di angka positif. Tidak ada salahnya untuk mempertahankan kinerja atribut pada kuadaran ini, jika atribut ini tidak menghabiskan biaya banyak dan tetap memberikan performa kinerja yang baik, tentunya Mesarace selaku *race organizer* dan pelari akan sama-sama diuntungkan dan pelari tetap terpuaskan.

Untuk saat ini dimensi yang masuk kuadran D tidak memerlukan perhatian lebih karena meskipun nilai gap bernilai negatif, akan tetapi melihat nilai rata-rata dari tingkat kepentingan dan kinerja dari diagram *caresius*, menunjukkan kinerja positif. Sehingga kinerja pada atribut kuadran ini bisa dipertahankan dan lebih berfokus pada atribut pada kuadran A & kuadran B. Atribut yang masuk kedalam kuadran D meliputi : penampilan petugas marshall dan crew selama race berlangsung rapi, Ketersediaan papan dan rambu penunjuk menuju lokasi cukup, seluruh crew race organizer dan volunteer ramah terhadap peserta, seluruh crew race organizer dan volunteer kiomunikatif, kenyamanan tempat racepack collection, perlakuan mesarace terhadap semua peserta race adil, kejelasan informasi mengenai race yang ditunjukkan dalam booklet, setting layout racepack collection mudah untuk dimengerti, desain dan kualitas medali yang diberikan dan peralatan race yang disediakan lengkap.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Bersdasarkan analisa tingkat kualitas pelayanan pelari menggunakan metode Servqual dan interpretasi performa pelayannya menggunakan *Importance Performance Analysis* di event Mandiri Jogja Marathon dengan Mesarace Organizer sebagai *race organizer* tunggal, diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelari masih belum merasa cukup puas dengan pelayanan yang diberikan Mesarace selama event Mandiri Jogja Marathon dan melihat kekurangan di dalam penyeleggaraan ditandai dengan butir Gap keseluruhan atribut yang bernilai negatif dengan nilai rata-rata persepsinya sebesar 3,587 dan untuk rata-rata harapan pelari sebesar 4,481 dengan *gap* sebesar -0,894.
2. Atribut yang menjadi prioritas utama dalam meningkatkan kualitas pelayanannya adalah atribut yang masuk kedalam kuadran A berdasarkan pendekatan dengan metode IPA, atribut yang masuk dalam kuadaran ini yaitu : kemudahan melakukan registrasi dengan nilai *gap* sebesar -1,569 , kemampuan mengamankan jalur lari yang dilalui steril dari kendaraan dengan nilai *gap* sebesar -1,500, kecepatan tenaga medis dalam merespon peserta dengan *gap* sebesar -1,440, kemudahan mengakses web site dengan nilai *gap* sebesar -1,440, ketersediaan fasilitas penunjang dengan nilai *gap* sebesar -1,345, keamanan di race area -1,250, rumah sakit rujukan yang disediakan -1,172, race organizer mengganti atribut jika tidak sesuai atau cacat dengan nilai *gap* sebesar -1,138, semua crew race organizer dan volunteer mengetahui *detile event* dengan nilai *gap* sebesar -1,129, ketanggapan crew saat melayani complain dengan nilai *gap* sebesar -1,112, ketepatan informasi yang diberikan oleh crew -1,009.

6.2 Saran

Untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang lebih baik, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan metode servqual dan IPA, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Mempermudah proses registrasi dengan kapasitsa server yang lebih kuat.
2. Meningkatkan jumlah *man power* untuk mengamankan jalur pelari dengan berbagai elemen masyarakat, kepoilisian dan dinas perhubungan.
3. Menambah tenaga medis di area rute, terutama di kilometer terakhir untuk membantu peserta yang mengalami masalah kram dan membekali tenaga medis dengan peralatan yang dapat mendukung.
4. Menambah fasilitas penunjang seperti toilet portabel di sekitar rute, dan area shower.
5. Memberikan detail acara dalam bentuk elektronik untuk memberikan detail berisikan teknis selama pelaksanaan acara marathon.
6. Untuk penelitian selanjutnya, dapat dilakukan dengan metode AHP untuk mengetahui tingkat kemampuan perusahaan dalam memberikan prioritas perbaikan berdasarkan perspektif perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Prkatek, .* Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Asogwa, Brendan E., Asadu, Boniface U., Ezema, Jonas U., Ugwu., Cyprian I., Ugwuanyi, & Ferdinand C,. (2014). Use of ServQUAL in the Evaluation of Service Quality of Academic Libraries in Developing Countries. *Library Philosophy and Practice*, (hal. 1-25). Lincoln.

Datta, S. K., & Vardhan, J. (2017). A SERVQUAL-Based Framework for. *Sage*, 1-9.

Dirgantara, H. P., & Sambodo, A. T. (2015). Penerapan Model *Importance Performance Analysis* dalam Studi Kasus : Analisis Kepuasan Konsumen bhinneka.com. Informatika, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, Jakarta.

Ibarra L., Casas E., & Partida A. (2014). Servqual Method Applied to Agencia Fiscal del Estado de Sonora: An analysis about service quality. *Social and Behavioral Sciences 1*, 87-93.

Karna, S. (2004). Analysing customer satisfaction and quality in construction -the case of public and private customers. *Nordic Journal*, 67.

Kennedy, R. (1971). *The Story of Olympic Games.* New York: Washington Square Press.

Kotler, P. (2006.). *Marketing Management, Millenium Edition, .* New Jersey: Prentice Hall International, Inc.

M Dresner, K Xu. (1995). Customer service, customer satisfaction, and corporate performance. *Journal of Business Logistics*, 23.

Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-performance analysis. *The journal of marketing*, 77-79.

Megananda, Yudhi, Wijaya, Johanes Arifin . (2009). *7 Langkah Jitu Membangun Bisnis Event-Organizer*. Jakarta: BIP.

Menke, F. G. (1963). *The Encyclopedia of Sport. Third Revised Edition: AS .* New York: Barnes and Company.

Nurdiyanti, D. H. (2010). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MODEL PEMBELAJARAN PROBLEM Based Learning Guna Pembentukan Berpikir Kritis Pada SMK Perindustrian Yogyakarta. *Program Studi Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta*.

Ong, J.O., & Prambudi, J. (2014). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Importance Performance Analysis di SBU Laboratory Cibitung PT SUCOFINDO (PERSERO). Fakultas Teknik, Jurusan Teknik Industri, President University.

Rezaei J., Kothadiya O., Tavassy L., & Kroessen M. (2018). Quality assessment of airline baggage handling systems using SERVQUAL and BWM. *Tourism Management*, 85-93.

Siboro, S., & Happy, M. (2014). Analisis Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Inportance Performance Analysis Pada Bengkel Sentra Anugrah Motor. *Jurnal Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi*.

Somantri, A., & Muhidin, S. A. (2006). *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian.* Bandung: Pustaka Setia

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Suska V, N. Budiartha R. M & Gd. Astawa Diputra. (2013). Analisis Kualitas Pelayanan Pas Bandara Internasional Ngurah Rai Dengan Menggunakan Model Servqual. *Jurnal Spektran*, Vol 1, No 1.

Tjiptono, F. &. (2002). *Service Quality Satisfaction.* Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa.* Yogyakarta: Andi.

Umami, Z. (2015). Social Strategy Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Interaksi*.

Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian. PT Indeks.* Jakarta.

Yamit, Z. (2005). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. . (1990). *Delivering Quality Service : Balancing Customers Perceptions and Expectations.* New York: The Free Pass.

Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1990). *Delivering Quality Service : Balancing Customers Perceptions and Expectations.* New York: The Free Pass.

LAMPIRAN

KUESIONER KEPUASAN PELANGGAN

BAGIAN I

Petunjuk pengisian :

Isi dan berilah tanda silang (**X**) pada jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : ○ Laki-laki ○ Perempuan
3. Kategori : ○ FM ○ HM ○ 10k ○ 5K
4. Sudah pernah lari FM : ○ Sudah ○Belum
5. Bergabung dengan club lari : ○Ya ○Tidak

BAGIAN II

Petunjuk pengisian :

Berilah tanda silang (**X**) pada jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda.

Keterangan :

Skala Kepuasan/Kenyataan	**Skala Kepentingan/Harapan**
1 = Sangat Tidak Puas	**1 = Sangat Tidak Penting**
2 = Tidak Puas	**2 = Tidak Penting**
3 = Cukup Puas	**3 = Cukup Penting**
4 = Puas	**4 = Penting**
5 = Sangat Puas	**5 = Sangat Penting**

Semakin besar angka yang Anda pilih, semakin anda setuju terhadap pernyataan tersebut.

No	`Kenyataan					Pernyataan	Harapan				
						Dimensi *Tangible* (Bukti fisik)					
1	1	2	3	4	5	Ketersediaan papan dan rambu penunjuk menuju lokasi cukup	1	2	3	4	5
2	1	2	3	4	5	Peralatan race yang disediakan lengkap	1	2	3	4	5
3	1	2	3	4	5	Ketersediaan fasilitas penunjang	1	2	3	4	5
4	1	2	3	4	5	Kerapian tempat racepack collection	1	2	3	4	5
5	1	2	3	4	5	Kerapian, kebersihan, dan kenyamanan area race	1	2	3	4	5
6	1	2	3	4	5	Penampilan petugas marshall dan crew selama race berlangsung rapi	1	2	3	4	5
7	1	2	3	4	5	Jumlah waterstation dan resfreshment memadai	1	2	3	4	5
8	1	2	3	4	5	Jumlah informasi mengenai race yang ditunjukkan dalam booklet	1	2	3	4	5
9	1	2	3	4	5	Desain dan kualitas medali yang diberikan	1	2	3	4	5
10	1	2	3	4	5	Setting layout racepack collection mudah untuk dimengerti.	1	2	3	4	5
						Dimensi *Reliabillity* (Kehandalan)					
11	1	2	3	4	5	Ketepataan waktu start dan cut off time	1	2	3	4	5
12	1	2	3	4	5	Kecepatan tenaga medis dalam merespon peserta	1	2	3	4	5
13	1	2	3	4	5	Kemampuan mengamankan Jalur lari yang dilalui steril dari kendaraan	1	2	3	4	5
14	1	2	3	4	5	Kemudahan mendaptakam informasi race melalui media	1	2	3	4	5
15	1	2	3	4	5	Kesesuaian fasilitas racepack yang dibagikan	1	2	3	4	5

No	`Kenyataan					Pernyataan	Harapan				
16	1	2	3	4	5	Kemudahan melakukan registrasi	1	2	3	4	5
17	1	2	3	4	5	Pembagian medali dan refreshment finih lain rapi dan tertib	1	2	3	4	5
18	1	2	3	4	5	Kemudahan mengakses Web site	1	2	3	4	5
						Dimensi *Responsiveness* (Daya tanggap)					
19	1	2	3	4	5	Ketanggapan crew dalam melayani racepack collection	1	2	3	4	5
20	1	2	3	4	5	Ketepatan crew dalam membagikan racepack	1	2	3	4	5
21	1	2	3	4	5	Kecepatan crew dalam membagikan racepack	1	2	3	4	5
22	1	2	3	4	5	Ketanggapan crew saat melayani complain	1	2	3	4	5
23	1	2	3	4	5	Ketepatan informasi yang diberikan oleh crew	1	2	3	4	5
24	1	2	3	4	5	Semua crew race organizer dan volunteer mengetahui detail event	1	2	3	4	5
						Dimensi *Assurance* (Jaminan)					
25	1	2	3	4	5	Keamanan di race area race	1	2	3	4	5
26	1	2	3	4	5	Race organizer mengganti atribut jika tidak sesuai atau cacat	1	2	3	4	5
27	1	2	3	4	5	Perlakuan Mesarace terhadap semua peserta race adil	1	2	3	4	5
28	1	2	3	4	5	Rumah sakit rujukan yang disediakan	1	2	3	4	5
29	1	2	3	4	5	Asuransi kesehatan dan kecelakaan peserta marathon	1	2	3	4	5
						Dimensi *Emphaty*(Perhatian)					

No	`Kenyataan					Pernyataan	Harapan				
30	1	2	3	4	5	Perhatian personal kepada peserta	1	2	3	4	5
31	1	2	3	4	5	Setiap peserta mendapatkan informasi *up to date*	1	2	3	4	5
32	1	2	3	4	5	Seluruh crew race organizer dan volunteer ramah terhadap peserta	1	2	3	4	5
33	1	2	3	4	5	Seluruh crew race organizer dan volunteer kiomunikatif	1	2	3	4	5
34	1	2	3	4	5	Public relation terbuka menerima kritik, saran dan komplain	1	2	3	4	5

Lampiran 1. Persepsi Responden

Responden	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	Re1	Re2	Re3	Re4	Re5	Re6	Re7	Re8
1	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	2	4	3	3	4	3
2	3	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
3	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	3	3	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3
5	3	5	3	2	4	4	5	4	5	4	4	4	4	2	4	5	4	2
6	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	1	5	4
7	3	3	1	2	3	3	3	2	3	3	1	1	1	3	3	2	3	2
8	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4
10	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	3
11	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5
12	2	2	2	2	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	3	1
13	2	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	1	4	2
14	5	5	3	5	5	3	5	3	5	5	4	5	3	5	5	2	5	2
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
16	1	1	2	2	2	2	2	1	3	2	1	3	2	1	3	1	2	1

17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
18	3	3	1	2	2	2	1	4	4	3	3	2	1	2	3	1	3	2
19	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	5	3
20	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	1	4	4
21	5	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	2	5	4	4	4	2
22	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	3	5	2	2	3	4	4	3	4	4	5	3	3	3	4	4	4	3
24	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4
26	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3
27	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4
28	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
29	4	5	4	5	5	5	3	5	4	4	4	3	4	3	3	3	5	4
30	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4
31	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	4	5	5	3
32	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	1	3	1
33	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	2	4	2
34	2	4	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	1	3	1
35	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
36	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	1	2	1	3	1

37	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4
38	4	4	3	3	4	3	5	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	3
39	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
41	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2
42	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	2
43	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5
44	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	4
45	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	2
46	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3
47	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
48	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
49	4	5	3	4	3	4	4	4	5	4	5	3	2	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4	2	4	5	2	4	3	3	3	1	3	1	5	1
52	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	5	2	4	2
53	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4
54	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
55	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
56	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

57	3	4	3	5	3	3	4	4	5	4	5	3	3	3	3	1	3	3
58	4	4	3	4	4	4	5	5	4	3	5	3	4	5	2	2	5	3
59	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
60	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
61	4	4	4	2	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	3	3	4	3
62	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	2	4	3	4
63	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	2
64	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	2	4	2
65	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4
66	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4
67	3	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	3	5	5
68	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4
69	2	3	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	3	2	3	3	2
70	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
71	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4
72	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	2	5	3
73	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
74	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4
75	4	4	3	2	4	3	4	3	5	3	3	3	3	4	4	1	3	2
76	4	5	3	4	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4

77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5
78	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	5	4
79	4	2	3	2	3	3	3	3	5	4	4	3	3	3	3	4	4	3
80	4	4	2	2	4	4	4	3	4	4	4	2	2	4	2	1	4	1
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4
83	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
84	2	4	1	4	4	1	4	4	4	4	4	1	4	2	4	2	4	2
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
86	3	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	1	4	4	4	3	3
87	4	4	4	4	5	3	5	3	4	4	3	2	4	5	4	4	4	4
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
89	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4
91	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4
92	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
93	2	3	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	2	2	2	1	4	1
94	3	4	1	2	4	2	4	4	3	4	4	1	3	4	3	3	4	4
95	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	3	4	4
96	5	4	2	5	4	4	3	5	5	5	5	3	3	4	4	5	5	5

97	4	3	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4	2
98	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	4	4	4
99	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	3
100	2	4	3	3	3	2	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3
101	5	4	3	3	5	4	3	3	4	3	5	3	5	3	3	2	3	4
102	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
103	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
104	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
105	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	3	3
106	3	4	2	3	4	3	5	3	5	4	4	2	4	4	3	4	4	4
107	4	4	2	4	4	4	5	5	5	4	5	3	5	3	3	4	4	3
108	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	1	3	1
109	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	3	4	4
110	4	4	4	3	4	3	5	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4	3
111	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3
112	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
113	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4
114	3	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	3	4	3	3	4	3	3
115	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	2	4	3
116	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4

Lanjutan Lampiran 1. Persepsi Responden

Responden	Ro1	Ro2	Ro3	Ro4	Ro5	Ro6	A1	A2	A3	A4	A5	E1	E2	E3	E4	E5
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
3	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4
6	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3
7	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
13	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	5	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
15	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
16	3	4	2	1	2	2	2	2	4	4	3	2	2	3	2	2

Responden	Ro1	Ro2	Ro3	Ro4	Ro5	Ro6	A1	A2	A3	A4	A5	E1	E2	E3	E4	E5
17	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
19	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4	3	5	5	4
20	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
23	4	4	4	3	3	2	3	3	5	3	4	2	3	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3
27	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5
30	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
31	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
33	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
34	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4

Responden	Ro1	Ro2	Ro3	Ro4	Ro5	Ro6	A1	A2	A3	A4	A5	E1	E2	E3	E4	E5
36	4	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2
37	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
38	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
42	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	4	4	4
43	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
46	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
47	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3
48	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4
49	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3
52	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
53	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3

Responden	Ro1	Ro2	Ro3	Ro4	Ro5	Ro6	A1	A2	A3	A4	A5	E1	E2	E3	E4	E5
55	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	1	1	3	3	3
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
58	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
60	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2
62	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
65	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3
66	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	2
70	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
72	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Responden	Ro1	Ro2	Ro3	Ro4	Ro5	Ro6	A1	A2	A3	A4	A5	E1	E2	E3	E4	E5
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
75	2	3	2	3	3	3	3	1	4	3	3	4	4	3	3	3
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
77	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
78	5	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
79	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
80	3	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3
83	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
84	2	4	2	2	2	2	2	4	4	4	2	2	4	2	2	2
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
86	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
87	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5
91	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
92	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Responden	Ro1	Ro2	Ro3	Ro4	Ro5	Ro6	A1	A2	A3	A4	A5	E1	E2	E3	E4	E5
93	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3
94	4	4	4	3	3	2	4	3	4	4	4	3	4	2	2	3
95	3	3	3	3	3	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4
96	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	3	4	4	5	4
97	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
100	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
101	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	2
102	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	1	1	3	3	3
103	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	1	1	3	3	3
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
105	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
106	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3
107	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4
108	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
109	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
110	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
111	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4

Responden	Ro1	Ro2	Ro3	Ro4	Ro5	Ro6	A1	A2	A3	A4	A5	E1	E2	E3	E4	E5
112	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
114	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
115	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
116	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4

Lampiran 2. Persepsi Responden

Responden	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	Re1	Re2	Re3	Re4	Re5	Re6	Re7	Re8
1	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4
3	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	3	3	4	5	5
4	3	5	5	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5
5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
10	4	3	3	4	3	3	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	2	5	5	5	5
15	3	3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
16	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

17	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
18	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
19	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
22	4	4	5	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
23	5	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5
24	4	5	5	3	5	3	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4
25	5	5	5	3	5	3	5	3	3	3	5	5	5	3	3	5	3	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
31	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	3	5	5	5
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4
34	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
35	3	4	5	3	3	4	5	5	3	4	5	5	5	4	3	5	5	4
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

37	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
38	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4
39	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	3	3	4	5	5
40	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
41	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
44	4	4	5	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
45	5	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5
46	4	5	5	3	5	3	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4
47	5	5	5	3	5	3	5	3	3	3	5	5	5	3	3	5	3	4
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	2	5	5	5	5
50	3	3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
51	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
53	3	3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
56	4	4	5	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5

57	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4
59	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	3	3	4	5	5
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
62	4	3	3	4	3	3	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
63	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
64	4	4	5	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
65	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
68	4	3	3	4	3	3	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
70	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
71	4	4	5	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
72	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
75	4	3	3	4	3	3	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
76	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

77	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4
78	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	3	3	4	5	5
79	4	5	5	3	5	3	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4
80	4	5	5	3	5	3	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4
81	3	3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
82	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4
84	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	3	3	4	5	5
85	4	5	5	3	5	3	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4
86	3	3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
87	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
88	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4
89	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	3	3	4	5	5
90	4	5	5	3	5	3	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4
91	3	3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
92	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4
94	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	3	3	4	5	5
95	4	5	5	3	5	3	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4
96	5	5	5	3	5	3	5	3	3	3	5	5	5	3	3	5	3	4

97	4	5	5	3	5	3	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4
98	4	5	5	3	5	3	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4
99	3	3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
101	4	5	5	3	5	3	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4
102	5	5	5	3	5	3	5	3	3	3	5	5	5	3	3	5	3	4
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
104	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
105	3	3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
106	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
107	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4
108	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	3	3	4	5	5
109	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
110	4	5	5	3	5	3	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4
111	5	5	5	3	5	3	5	3	3	3	5	5	5	3	3	5	3	4
112	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
113	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4
114	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	3	3	4	5	5
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
116	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Lanjutan Lampiran 2. Persepsi Responden

Responden	Ro1	Ro2	Ro3	Ro4	Ro5	Ro6	A1	A2	A3	A4	A5	E1	E2	E3	E4	E5
1	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
6	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
10	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
11	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4

Responden	Ro1	Ro2	Ro3	Ro4	Ro5	Ro6	A1	A2	A3	A4	A5	E1	E2	E3	E4	E5
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
23	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	3	4	4	3	3	3
25	4	5	2	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
31	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
32	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
34	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	5
35	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	4	4	5

Responden	Ro1	Ro2	Ro3	Ro4	Ro5	Ro6	A1	A2	A3	A4	A5	E1	E2	E3	E4	E5
36	5	5	3	5	5	5	5	3	5	4	3	3	5	4	4	4
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4
40	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
45	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	3	4	4	3	3	3
47	4	5	2	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
48	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
54	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4

Responden	Ro1	Ro2	Ro3	Ro4	Ro5	Ro6	A1	A2	A3	A4	A5	E1	E2	E3	E4	E5
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
57	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4
60	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
62	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
63	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
65	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
68	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
69	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
72	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4

Responden	Ro1	Ro2	Ro3	Ro4	Ro5	Ro6	A1	A2	A3	A4	A5	E1	E2	E3	E4	E5
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
75	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
76	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4
79	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4
80	4	5	2	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
81	4	5	2	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
82	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4
85	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4
86	4	5	2	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
87	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4
90	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4
91	4	5	2	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
92	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4

Responden	Ro1	Ro2	Ro3	Ro4	Ro5	Ro6	A1	A2	A3	A4	A5	E1	E2	E3	E4	E5
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4
95	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4
96	4	5	2	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
97	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
98	4	5	2	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
99	4	5	2	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
100	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4
101	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
102	4	5	2	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
103	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
104	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
106	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4
109	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4
110	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
111	4	5	2	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4

Responden	Ro1	Ro2	Ro3	Ro4	Ro5	Ro6	A1	A2	A3	A4	A5	E1	E2	E3	E4	E5
112	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
113	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4
115	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4
116	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5