

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA PADA DELER MOTOR
BERDASARKAN HASIL MATRIKS *IMPORTANCE-PERFORMANCE***

ANALYSIS

(Studi pada Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta)

SKRIPSI



Oleh:

Nama : Aditya Putra

Nomor Mahasiswa : 13311377

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA PADA DELER MOTOR
BERDASARKAN HASIL MATRIKS IMPORTANCE-PERFORMANCE
ANALYSIS

(Studi pada Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta)

SKRIPSI

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

Oleh :

Nama : Aditya Putra

Nomor Mahasiswa : 13311377

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 12 April 2018

Penulis,



Aditya Putra

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI HERJUDOL

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA PADA DELER MOTOR BERDASARKAN
HASIL MATRIKS IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA PADA DELER MOTOR
BERDASARKAN HASIL MATRIKS IMPORTANCE-PERFORMANCE
ANALYSIS

(Studi pada Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta)

Oleh :

Nama : Aditya Putra

Nomor Mahasiswa : 13311377

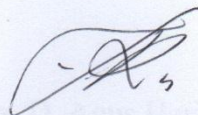
Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 12 April 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Dra. Hj Siti Nurul Ngaini M.M

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA PADA DELER MOTOR BERDASARKAN
HASIL MATRIKS IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS**

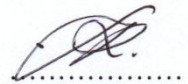
Disusun Oleh : **ADITYA PUTRA**

Nomor Mahasiswa : **13311377**

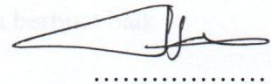
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Selasa, tanggal: 15 Mei 2018

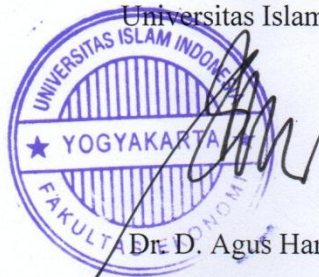
Penguji/ Pembimbing Skripsi : Siti Nurul Ngaini, Dra., MM



Penguji : Anjar Priyono, Ph.D



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

MOTTO

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagi kamu. Dan boleh jadi kamu mencintai sesuatu, padahal ia amat buruk bagi kamu. Allah Maha mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui”

(Al-Baqarah: 216)

“Barang siapa keluar untuk mencari Ilmu maka dia berada di jalan Allah “.

(HR. Turmudzi)

"Apabila Anda berbuat kebaikan kepada orang lain, maka Anda telah berbuat baik terhadap diri sendiri."

(Benyamin Franklin)

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam akan selalu penulis junjungkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing manusia dengan ilmu pengetahuan yang berdasarkan iman untuk melihat kebesaran Allah SWT.

Penyusunan skripsi yang berjudul **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA PADA DELER MOTOR BERDASARKAN HASIL MATRIKS IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS (Studi pada Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta)”** disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan program Sarjana (Strata-1) pada program studi Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas karunia dan kasih sayangnya, sehingga masih diberi kesehatan, kemampuan, dan kesempatan untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan syafaatnya sehingga kita semua memiliki ilmu yang berguna bagi diri sendiri maupun bagi orang lain.
3. Bapak Dr. Dwipraptono Agus Harjito, M.Si. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dr. Drs. Sutrisno, MM selaku ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

5. Ibu Dra. Siti Nurul Ngaini M.M, selaku dosen yang telah membimbing penulis agar bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan baik. Terima kasih atas saran, ilmu dan kesabaran yang telah diberikan. Semoga semua jasa ibu dibalas oleh Allah berkali-kali lipat.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang dengan penuh pengabdian telah memberikan ilmu dan pengetahuannya.
7. Untuk kedua orang tua, Bapak Yafizham dan Ibu Sri Rahartati yang selalu senantiasa memberikan dukungan dalam bentuk material maupun non-material dari kecil hingga sekarang ini dan tiada henti dalam memberikan doa dan kasih sayang.
8. Terima kasih untuk kakak Felicia Larasati yang sudah memberikan motivasi untuk memberikan semangat.
9. Terkasih dan sahabat-sahabat penulis, Intan Rhama Safitry, M.Revqi Herdian, Wendy Agung Firanda, Andreas Tarihoran. Terimakasih telah menjadi sahabat penulis dari bangku SMA hingga sekarang, yang selalu mengingatkan dan memberikan motivasi selama ini. Terimakasih juga telah menjadi teman yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama ini.
10. Teman-teman penulis dari semester satu Arie, Denny, Giand, Okky, Fitra Januar, Rifqi, Andi, Ghifari yang telah memberikan banyak cerita dan dukungan selama perkuliahan ini.
11. Teman-teman angkeringan hijau yang selalu memberikan banyak cerita selama di Yogyakarta.
12. Serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan berkah, rahmat, hidayah serta melancarkan segala urusan bagi semua pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal. Dalam hal ini, penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun masih

diperlukan guna membantu dalam menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 12 April 2018

Penulis,

Aditya Putra

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu	20

BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1. Metode Penelitian.....	24
3.2. Metode Analisis Data.....	31
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	38
4.2. Deskripsi Responden.....	39
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	41
4.4. Analisis Data	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Keterbatasan Penelitian	60
5.3. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Skala Likert	28
Tabel 3.2. Interval Skala	29
Tabel 4.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2. Kasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan	39
Tabel 4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Kinerja	41
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Kepentingan.....	41
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.7. Interval Skala	42
Tabel 4.8. Penilaian Responden terhadap Dimensi <i>Reliability</i>	43
Tabel 4.9. Penilaian Responden terhadap Dimensi <i>Responsive</i>	44
Tabel 4.10. Penilaian Responden terhadap Dimensi <i>Assurance</i>	45
Tabel 4.11. Penilaian Responden terhadap Dimensi <i>Empathy</i>	45
Tabel 4.12. Penilaian Responden terhadap Dimensi <i>Tangibels</i>	46
Tabel 4.13. Tingkat Kesesuaian Item Dimensi Kinerja dengan Kepentingan ..	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Matrik <i>Importance Performance Analysis</i>	19
Gambar 4.1. Diagram Cartesius Dimensi	51
Gambar 4.2. Diagram Cartesius Item.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Rekapitulasi Data Penelitian

Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4. Frekuensi Karakteristik Responden

Lampiran 5. Mean Variabel Kepentingan dan Kinerja

Lampiran 6. Diagram Cartesius

ABSTRAK

Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Deler Motor Berdasarkan Hasil Matriks *Importance-Performance Analysis* (Studi pada Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta)

Aditya Putra

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *importance* konsumen Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta, untuk mengetahui *performance* Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta, untuk mengetahui kesesuaian antara *Importance-Performance* Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta dengan metode *Importance-Performance Analysis*, dan untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa pada Deler Motor Nusantara Sakti berdasarkan hasil matriks *Importance-Performance Analysis*. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian konsumen Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan Metode *Importance Performance Analysis*. Hasil analisis analisis *Importance Analysis* menunjukkan bahwa tingkat *importance* pada aspek *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta sudah baik (Mean 3,15) (sudah sesuai dengan kepentingan penumpang). Hasil analisis *Performance Analysis* menunjukkan bahwa tingkat *performance* aspek *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta sudah baik (Mean 3,34) (kinerjanya sudah dinilai baik oleh konsumen). Hasil analisis *Importance Performance Analysis* menunjukkan bahwa aspek *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* sudah memiliki tingkat kesesuaian (106,0%) antara Kinerja dan Kepentingan konsumen Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta. Hal ini berarti bahwa pengelolaan kualitas pelayanan dari dimensi tersebut sudah sesuai dengan kepentingan konsumen Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta atau konsumen sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pihak Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta. Hasil analisis deskripsi bahwa kualitas pelayanan jasa pada Deler Motor Nusantara Sakti berdasarkan hasil matriks *Importance-Performance Analysis* sudah baik (Mean 3,34).

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, *Importance*, *Performance*.

ABSTRACT

Analysis of Service Quality Improvement on Deler Motor Based on Matrix Importance-Performance Analysis (Study on Deler Motor Nusantara Sakti in Gejayan Kota Yogyakarta)

The purpose of this research is to know the importance of Deler Motor Nusantara Sakti consumer in Gejayan Kota Yogyakarta, to know the performance of Deler Motor Nusantara Sakti in Gejayan Kota Yogyakarta, to know the suitability between Importance-Performance Deler Motor Nusantara Sakti in Gejayan Kota Yogyakarta with Importance-Performance Analysis, and to know the quality of service at Deler Motor Nusantara Sakti based on Matrix Importance-Performance Analysis. In this research the samples taken are some consumers Deler Motor Nusantara Sakti in Gejayan City Yogyakarta. Analytical tool in this research using Method of Importance Performance Analysis. The result of analysis analysis of Importance Analysis shows that the level of importance in reliability, responsive, assurance, empathy, and tangible aspects of Deler Motor Nusantara Sakti in Gejayan Yogyakarta is good (Mean 3.15). Performance Analysis analysis results show that the level of performance reliability, responsive, assurance, empathy, and tangible aspects of Deler Motor Nusantara Sakti in Gejayan Kota Yogyakarta is good (Mean 3.34) (the performance is considered good by consumers). The result of analysis of Importance Performance Analysis shows that reliability, responsive, assurance, empathy, and tangible aspects have a level of suitability (106,0%) between Performance and Consumer Interest Deler Motor Nusantara Sakti in Gejayan Kota Yogyakarta. This means that the management of service quality of these dimensions is in accordance with the interests of consumers Deler Motor Nusantara Sakti in Gejayan Yogyakarta or the consumers are satisfied with the services provided Deler Motor Nusantara Sakti in Gejayan Yogyakarta. The result of description analysis that service quality at Deler Motor Nusantara Sakti based on Matrix Importance-Performance Analysis is good (Mean 3,34).

Keywords: Service Quality, Importance, Performance.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat ketat, baik di pasar domestik maupun di pasar internasional. Upaya untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan produk yang bermutu kepada pelanggan. Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, maka setiap perusahaan dituntut untuk dapat memuaskan pelanggannya. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan menyebabkan frekuensi pelanggan yang menggunakan jasa tersebut berkurang dan beralih ke perusahaan yang menjadi pesaing. Dengan semakin banyak pelanggan yang beralih menjadi pelanggan perusahaan pesaing, maka dapat diramalkan pendapatan perusahaan akan menurun.

Saat ini masyarakat semakin kritis dalam menilai suatu kualitas pelayanan, ini disebabkan oleh semakin tingginya tingkat kesadaran akan hak untuk memperoleh fasilitas dan pelayanan sebaik-baiknya, kesadaran itu sangatlah tinggi dalam lingkup pelayanan servis sepeda motor karena merupakan bengkel terpendang dengan pelanggan yang banyak. Oleh karena itu untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan sudah terpenuhi dengan baik atau belum, maka perlu dilakukan survei secara langsung terhadap pengguna layanan jasa perusahaan yang dalam penelitian ini adalah jasa bengkel.

Selain itu, pertumbuhan akan penduduk yang terus meningkat dan disertai pertumbuhan ekonomi menyebabkan kebutuhan akan kendaraan sebagai alat transportasi semakin meningkat, terutama pada kendaraan bermotor roda dua.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam produksi kendaraan bermotor roda dua adalah PT. Astra Honda Motor. Semakin pesatnya pertumbuhan jumlah kendaraan roda dua tersebut mempengaruhi beberapa pihak usahawan untuk mengambil peluang dan menjadikannya usaha yaitu dalam bidang servis kendaraan roda dua. Bengkel AHASS merupakan satu dari sekian banyak bengkel resmi Honda yang ada di daerah Yogyakarta, maka dengan banyaknya bengkel yang didirikan, tingkat persaingan antar bengkel untuk mendapatkan pelanggan akan terjadi. Dengan demikian bengkel AHASS harus dapat meningkatkan dan **mempertahankan** serta mengembangkan pelayanannya untuk meningkatkan loyalitas dari pelanggan.

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

Kualitas pelayanan yang baik timbul karena adanya strategi pelayanan yang berkaitan dengan kebijakan-kebijakan perusahaan. Strategi pelayanan harus dapat

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

Pada dasarnya, ada dua hal pokok yang berkaitan dengan layanan, yaitu harapan pelanggan terhadap kualitas langganan (*expected quality*) dan persepsi pelanggan atas kualitas layanan pada saat menerima layanan (*experienced* atau *perceive quality*). Pelanggan senantiasa menilai suatu layanan yang diterima dengan membandingkannya dengan apa yang diharapkan atau yang diinginkan. Kepuasan konsumen menjadi kunci dari ukuran *performance* yang dikatakan sempurna, dalam hal ini tidaklah berarti memenuhi standarisasi yang kaku, tetapi *performance* yang dapat memberi kepuasan mendekati 100% dari sudut pandang konsumen. Pelanggan senantiasa menilai suatu layanan yang diterima dengan membandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.

Importance-Performance Analysis yang diukur dengan lima dimensi yang dikemukakan oleh Parasuraman, dkk., (Tjiptono, 2007) yaitu (1) *reability* (kehandalan), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan, (2) *responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, (3) *assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf, (4) *emphaty* (empati),

meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, perhatian pribadi, dan (5) *tangibles* (bukti fisik), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai.

Siapapun mengetahui bahwa pasar motor Indonesia saat ini masih dikuasai oleh Honda. Tingginya angka penjualan motor Honda, karena didukung oleh banyaknya bengkel *Astra Honda Authorized Service Station* (AHASS) yang tersebar diseluruh Indonesia. Potensi bisnis bengkel AHASS ini tentu saja tampak menggiurkan, mengingat pengguna motor Honda dari tahun semakin bertambah. Setiap daerah/propinsi memiliki *main dealer* yang jadi dealer utama di propinsi tersebut, jadi untuk memulai membuka bengkel sepeda motor AHASS, dimuali dengan mengurus perizinannya ke *main dealer* tersebut. Di Honda ada 3 (tiga) jenis jaringan, yakni; H1 = Dealer (penjualan), jadi dealer ini berhak menjual semua produk AHM secara umum, ingat merknya Honda. H2 = AHASS (bengkel) ini merupakan bengkel resmi honda dimana siap menerima servis berkala dan juga seluruh merk honda. H3 = Sparepart, Jaringan ini khusus menyediakan semua sparepart merk Honda (<https://www.klikteknik.com/cara-memulai-usaha-bengkel-sepeda-motor-resmi-honda-ahass.html>), diakses 14 Oktober 2017).

Penelitian ini dilakukan pada Bengkel AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*). Dengan bengkel sepeda motor resmi AHASS, ada beberapa kelebihan yang konsumen bisa dapatkan, seperti ketersediaan *spare part*/suku cadang asli, *training* bagi mekanik, PMT 1 dan PMT 2 gratis di pusat pelatihan Astra, jaminan keaslian suku cadang Honda Genuine Parts (HGP) dengan diskon dan dijual dengan harga Eceran Tertinggi (HET), mendapatkan pengawasan dan

pembinaan dari *main dealer* kecuali dalam hal keuangan, dan desain interior dan eksterior gratis.

Penelitian ini dilakukan di Bengkel AHASS di Gejayan Kota Yogyakarta merupakan salah satu lokasi tempat bengkes AHASS yang memiliki kesibukan tinggi dan memiliki konsumen yang banyak. Hal ini juga disebabkan karena Bengkel AHASS di Gejayan Kota Yogyakarta merupakan daerah kampus yang banyak, banyak mahasiswa yang berdomisili, daerah bisnis dengan pendapatan yang besar. Oleh karena itu, dalam usaha melayani kebutuhan pelanggan, Bengkel Resmi Honda AHASS di Gejayan Kota Yogyakarta selalu ingin meningkatkan kualitasnya. Dengan banyaknya kompetitor yang bergerak di bidang yang sama membuat bengkel AHASS di Gejayan Kota Yogyakarta harus dapat mempertahankan pelanggan, serta mengurangi keluhan dari pelanggan mengenai pelayanan Bengkel AHASS di Gejayan Kota Yogyakarta.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tingkat kinerja pada bengkel AHASS dan bagaimanakah tingkat kepentingan masyarakat konsumen bengkel AHASS dengan judul **“Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Deler Motor Berdasarkan Hasil Matriks *Importance-Performance Analysis* (Studi pada Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Perumusan masalah penelitian ini sebagai berikut: Bagaimanakah kualitas pelayanan jasa pada Deler Motor Nusantara Sakti berdasarkan hasil matriks *Importance-Performance Analysis*?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *importance* konsumen Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui *performance* Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui kesesuaian antara *Importance-Performance* Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta dengan metode *Importance-Performance Analysis*.
4. Untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa pada Deler Motor Nusantara Sakti berdasarkan hasil matriks *Importance-Performance Analysis*.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

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

2. Manfaat Praktis

a. Bagi perusahaan

Penelitian dapat dijadikan sumber informasi untuk bahan pertimbangan bagi Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta untuk menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai peningkatan kualitas jasa sesuai yang diinginkan oleh konsumen yang dapat berdampak pada peningkatan keuntungan perusahaan.

b. Bagi pihak lain

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

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.2.1. Konsep Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

a. Konsep Pelayanan Jasa

Definisi jasa menurut Kotler, (2005) adalah setiap kegiatan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Lima kategori bauran jasa menurut Kotler (2005) meliputi: (1) barang berwujud murni; (2) barang berwujud yang disertai jasa/layanan; (3) campuran; (4) jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan; (5) jasa murni. Selanjutnya Zeithaml dan Berry seperti dikutip Yazid (1999) jasa adalah mencakup semua aktivitas ekonomi yang output nya bukan produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama, dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk (kenyamanan, liburan, kecepatan dan kesehatan) yang secara prinsip *intangible* bagi para pembeli pertamanya.

Stanton (1993), jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri yang pada hakekatnya bersifat tak teraba (*intangible*) yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain. Untuk menghasilkan jasa mungkin perlu atau mungkin pula tidak diperlukan penggunaan benda nyata (*tangible*), akan tetapi sekalipun penggunaan benda itu

perlu, namun tidak terdapat adanya pemindahan hak milik atas benda tersebut (pemilikan permanen). Sedangkan Lovelock (1999) mengatakan, jasa adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lainnya. Walaupun prosesnya mungkin terkait dengan produk fisik, kinerjanya pada dasarnya tidak nyata dan biasanya tidak menghasilkan kepemilikan atas faktor-faktor produksi. Jasa memiliki empat karakteristik utama menurut Stanton (1993) sebagai berikut:

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

Dua kemungkinan dalam penjualan jasa yaitu: pertama, pelanggan mendatangi lokasi fasilitas jasa (pelanggan datang ke bengkel mobil). Kedua, penyedia jasa mendatangi pelanggan (pegawai asuransi yang menawarkan produknya ke rumah-rumah). Cuang-His *et al.* (2006), menyatakan bahwa

pelayanan jasa merupakan interaksi dari semua faktor yang menjaga dari proses penciptaan jasa yang disediakan untuk konsumen.

b. Konsep Kepuasan Pelanggan

Setiap perusahaan yang memasarkan suatu produk berupa barang atau jasa selalu menginginkan konsumen atau pelanggan merasa puas terhadap jasa yang ditawarkan. Menurut Gasperz (1997) pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada *performance* perusahaan, sedangkan menurut Kotler (1997) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Cuang-His *et al.* (2006) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sebagai evaluasi pelanggan setelah berperilaku membeli pada tempat dan waktu tertentu. Kepuasan pelanggan juga akan berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan operasional dari perusahaan itu sendiri.

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

Pada umumnya pelanggan menginginkan produk yang memiliki karakteristik lebih cepat, lebih murah, lebih baik. Karakteristik lebih cepat biasanya berkaitan dengan dimensi waktu yang menggambarkan kecepatan kemudahan atau

kenyamanan untuk memperoleh produk tersebut. Karakteristik lebih murah berkaitan dengan dimensi biaya yang menggambarkan biaya atau ongkos dari suatu produk yang dibayarkan oleh pelanggan. Karakteristik lebih baik berkaitan dengan dimensi kualitas produk yang paling sulit digambarkan secara tepat (Gasperz, 1997).

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan dari perusahaan yang memiliki komitmen terhadap kualitas. Dengan kepuasan pelanggan berarti akan diperlukan upaya secara berkesinambungan untuk mendapatkan informasi tentang kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terhadap suatu barang dan jasa. Informasi tersebut diolah untuk menciptakan produk yang berkualitas. Produk berkualitas dengan harga kompetitif akan menarik pelanggan dan akhirnya akan meningkatkan volume penjualan sekaligus kualitas yang dirasakan pelanggan meningkat.

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

2.2.2. Konsep Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

a. Konsep Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Cuang-His *et al.* (2006), dimasa yang lalu ada tiga macam penilaian skala untuk pelayanan jasa, yaitu *SERVQUAL*, *SERVPERF*, dan *Non-Difference*. Dalam studi Chang dan Huang (2006) menggunakan pelayanan jasa (*SERVQUAL*) yang dijabarkan dalam 21 item jasa yang untuk mengukur kepuasan pelanggan.

Pengukuran di atas juga digunakan peneliti dalam mengukur pelayanan jasa di dalam penelitian ini. Menurut Parasuraman, dkk., (Tjiptono & Gregorius, 2004) pelayanan jasa diukur dengan lima dimensi, yaitu:

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

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

1. *Technical quality*, yaitu yang berkaitan dengan kualitas output jasa yang diterima pelanggan. Menurut Parasunarma, *technical quality* dapat diperinci menjadi:
 - a) *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, contohnya adalah harga.
 - b) *Experience quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan setelah membeli atau menggunakan jasa, contohnya adalah ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, kerapian hasil.
 - c) *Credence quality*, yaitu kualitas yang sulit dievaluasi pelanggan meskipun telah menggunakan suatu jasa, contohnya adalah kualitas suatu operasi jantung.
2. *Functional quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan cara penyampaian suatu jasa.
3. *Corporate image*, yaitu profil, reputasi citra umum perusahaan dan daya tarik suatu perusahaan.

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

b. Konsep Dimensi Kepuasan Pelanggan

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

1. Sistem keluhan dan Saran

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

2. *Ghost Shopping*

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

3. *Lost customer analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok, yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut, informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan-kebijakan selanjutnya yang akan diambil oleh konsumen.

4. Survei kepuasan konsumen

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

2.2.3. Konsep *Importance-Performance (IPA)*

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

Importance Performance Analysis menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi. Dalam penelitian ini ada dua buah variabel yang diwakilkan oleh X dan Y, dimana X merupakan skor penilaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dan Y merupakan skor penilaian kepentingan konsumen. X

(kepentingan) lebih besar atau sama besar dari Y (kinerja), maka konsumen puas tetapi apabila lebih kecil, maka konsumen tidak puas. *Importance Performance Analysis* menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis.

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

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

- a. Perencanaan untuk semakin memperjelas arah yang ditempuh organisasi secara rasional dalam mewujudkan tujuan-tujuan jangka panjangnya.
- b. Acuan yang berkenaan dengan penilaian konsistensi ataupun inkonsistensi perilaku serta tindakan yang dilakukan oleh organisasi.
- c. Sudut yang diposisikan oleh organisasi saat memunculkan aktivitasnya.

- d. Suatu perspektif yang menyangkut visi yang terintegrasi antara organisasi dengan lingkungannya yang menjadi batas bagi aktivitasnya
- e. Rincian langkah taktis organisasi yang berisi informasi untuk mengelabui para pesaing.

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

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

- a. Kuadran A, "*Low priority*": Baik skor tingkat kepentingan maupun kinerja bernilai rendah. Aspek-aspek yang termasuk ke dalam kelompok ini dapat diabaikan dari perhatian manajemen di masa-masa mendatang.
- b. Kuadran B, "*Concentrate here*": Skor tingkat kepentingan tinggi namun skor kinerja rendah.
- c. Kuadran C, "*Keep up the good work*": Memiliki skor yang tinggi baik dari sisi tingkat kepentingan maupun kinerjanya. Aspek-aspek pada kategori ini merupakan aspek-aspek yang ideal, karena ini menunjukkan bahwa organisasi memiliki keunggulan di bidang-bidang yang dianggap penting oleh pelanggan.

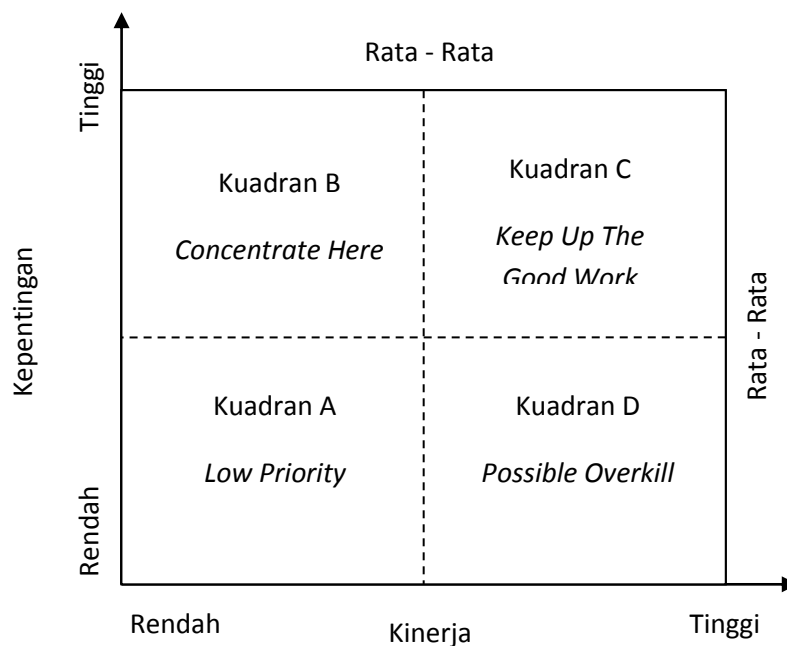
- d. Kuadran D, "*Posible overkill*": Memiliki skor yang tinggi dari sisi tingkat kinerja namun memiliki skor yang rendah dari sisi kepentingan. Hasil ini menunjukkan letak puasny para pelanggan.

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

- a. Kuadran I, ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel yang masuk kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk/jasa tersebut unggul di mata pelanggan.
- b. Kuadran II, ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.
- c. Kuadran III, ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.
- d. Kuadran IV, ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai

seperti yang pelanggan harapkan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk kuadran ini harus ditingkatkan. Caranya adalah perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus, sehingga *performance* variabel yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.

Interpretasi grafik *Importance Performance Analysis* sangat mudah, dimana grafik *Importance Performance Analysis* dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *Importance-Performance* sebagaimana terlihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1

Matrik *Importance Performance Analysis*

Merujuk Gambar 2.1 dari penerapan *Importance Performance Analysis* dihasilkan empat kuadran yang berisi empat kemungkinan kelompok aspek-aspek yang diteliti, yaitu sebagai berikut ini :

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

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nugraha, dkk., (2014) yang berjudul “Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel “X” Berdasarkan Hasil *Matrix Importance-Performance Analysis* (Studi Kasus di Bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang)”. Tujuan yang ingin dicapai adalah meningkatkan kualitas pelayanan AHASS PD. Sumber Motor dengan membuat usulan perbaikan pada atribut-atribut pertanyaan yang masuk kuadran pertama pada peta *Importance Performance Matrix*. Dalam penelitian ini perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance*

Analysis (IPA) dilakukan secara keseluruhan dan usulan perbaikan dilakukan hanya berdasarkan segmentasi yaitu pada pelanggan dengan jumlah pemakaian jasa bengkel ≥ 7 kali dan pendapatan 2 sampai 3 juta. Hasil yang didapat dari perhitungan *Customer Satisfaction Index* adalah 90,979%, dan atribut yang menjadi usulan perbaikan adalah atribut yang berada pada kuadran pertama *matrix Importance Performance Analysis*, yaitu ketersediaan ruang tunggu, ruang resepsionis yang nyaman, ketersediaan kipas angin, tersedia sarana hiburan, tersedia seragam formal untuk mekanik, kerapian pegawai, dan kesopanan resepsionis.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kurniasari dan Cholichul (2012) yang berjudul “Penilaian Kualitas Pelayanan Jasa oleh Konsumen Bengkel Resmi Sepeda Motor Honda AHASS UD. Ramayana Motor Surabaya”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dimensi terbaik dalam penilaian kualitas pelayanan jasa oleh konsumen bengkel resmi sepeda motor Honda (AHASS) UD. Ramayana Motor Surabaya. Alat pengumpul data menggunakan kuesioner, berupa skala SERVQUAL yang terdiri dari 5 dimensi, yaitu 1) reliabilitas, 2) daya tanggap, 3) jaminan, 4) empati, 5) bukti fisik. Reliabilitas skala ini (r) adalah 0,613. Populasi subjek penelitian ini adalah konsumen AHASS UD. Ramayana Motor Surabaya pada bulan Mei sebanyak 447 orang. Sampel penelitian berjumlah 195 orang ($n=195$; laki-laki = 57,4 %, perempuan = 42,6%). Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskripsi dan skor SERVQUAL. Hasil analisis data penelitian ini diketahui bahwa dimensi terbaik kualitas pelayanan jasa yang

terdapat pada bengkel resmi sepeda motor honda (AHASS) UD. Ramayana Motor Surabaya menurut konsumen adalah jaminan.

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

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lailia, dkk., (2012) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis Bengkel AHASS 0002 Semarang

Honda Center”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel AHASS 0002 Semarang Honda Center. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan pengguna jasa servis yang melakukan servis pada bengkel AHASS 0002 Semarang Honda Center. Sampel penelitian diambil 100 responden dan teknik sampling yang digunakan adalah dengan *purposive sampling*. Skala pengukuran menggunakan skala Likert. Pada analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana dan uji regresi berganda dengan bantuan program SPSS. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kualitas pelayanan, harga, dan nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Secara simultan, variabel kualitas pelayanan, harga, dan nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 69,5 persen. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan, harga yang sesuai keinginan pelanggan, serta nilai pelanggan yang tinggi, maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

3.1.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta, yaitu di Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta dan responden yang diteliti adalah konsumen Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta.

3.1.2. Responen Penelitian

Responden penelitian ini adalah sebagian konsumen Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta.

3.1.3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sekaran & Bouge, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sekaran & Bouge, 2010). Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian konsumen Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota

Yogyakarta yang berjumlah 100 orang. Pengambilan 100 orang dinilai sudah dapat mewakili responden, karena berdasarkan distribusi normal, sampel 100 atau jumlah di atasnya sudah layak untuk menggambarkan populasi dan analisis (Franken & Wallen dalam Rahayu, 2005). Sampel didapatkan dengan memberikan kuesioner kepada responden (konsumen Deler Motor) di lokasi penelitian yaitu di Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta.

Mengingat jumlah populasi sudah diketahui namun bagi peneliti jumlah sampelnya besar, maka dalam pengambilan sampel digunakan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2017) :

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d² = Presisi yang ditetapkan

3.1.4. Teknik Pengambilan Sampel

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

dapat ditemui pada saat penelitian (Santoso, 2017), yaitu responden atau konsumen yang menggunakan jasa Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta.

3.1.5. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.1.5.1. Data Primer

Data primer yaitu data yang dihimpun secara langsung dapat dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan (Sugiyono, 2017). Data primer ini berupa rekapitulasi data dari kuesioner yang disebarkan pada saat penelitian. Metode kuesioner (*questionnaire*) sebagai teknik pengumpulan data dilakukan dengan survei langsung ke konsumen. Data diperoleh dari hasil jawaban responden terhadap daftar pertanyaan yang disampaikan.

3.1.5.2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu (Sugiyono, 2017). Data sekunder ini berupa data mengenai teori-teori dari jurnal-jurnal, gambaran umum perusahaan dari *website* perusahaan.

3.1.6. Definisi Operasional Variabel

a. *Importance-Performance*

Parasuraman, dkk., (Tjiptono, 2007) berpendapat bahwa *Importance-Performance* merupakan interaksi dari semua faktor yang menjaga dari proses penciptaan jasa yang disediakan untuk konsumen. Parasuraman, dkk., (Tjiptono,

2007) mengungkapkan untuk menilai *Importance* dengan *Performance* atau kenyataan yang dirasakan oleh konsumen :

1. Keandalan (*Reliability*)

- Ketepatan waktu pelayanan
- Kecepatan pelayanan
- Keandalan sarana otomatis bengkel
- Keandalan mekanik terhadap keluhan motor.

2. Tanggapan (*Responsiveness*)

- Tanggapan terhadap kebutuhan konsumen
- Tanggapan terhadap keluhan konsumen
- Pemenuhan semua keluhan konsumen
- Kepedulian mekanik terhadap keinginan pelanggan
- Tanggung jawab yang dimiliki mekanik terhadap hasil kerja.

3. Keyakinan (*Assurance*)

- Pengetahuan semua karyawan
- Pengetahuan mekanik
- Kecakapan (*skill*) mekanik dalam melakukan perbaikan
- Tanggung jawab mekanik terhadap keamanan servis kendaraan.

4. Empati (*Empaty*)

- Memberikan perhatian secara individual kepada konsumen
- Pelayanan yang ramah dan sopan
- Petugas bengkel memberikan kesan yang baik kepada konsumen
- Pelayanan yang tidak membedakan kelas

- Karyawan mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan konsumen

5. Berwujud (*Tangible*)

- Kerapian penampilan karyawan
- Tersedianya fasilitas AC, Toilet, dan TV yang baik.
- Tersedianya mushola yang memadai.
- Bengkel memiliki ruang tunggu yang nyaman.
- Tempat parkir yang luas.

3.1.7. Pengukuran Variabel dengan Skala Likert

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

Tabel 3.1
Skala Likert Penelitian

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

Skala likert ini kemudian manakala individu yang bersangkutan dengan menambahkan bobot dari jawaban yang dipilih. Nilai rata-rata dari masing-masing

responden dari kelas interval dengan jumlah kelas sama dengan 4 sehingga dapat dihitung sebagai berikut:

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

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

Adapun kategori dari masing-masing interval adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Interval Skala Penelitian

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

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

3.1.8. Kriteria Penilaian Kinerja dan Kepentingan

Kriteria dalam penilaian kinerja dan kepentingan adalah:

Gap negatif (Kinerja < Kepentingan) = Tidak Puas

Gap sama (Kepentingan = Kinerja) = Puas

Gap positif (Kinerja > Kepentingan) = Sangat Puas

3.1.9. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen-Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Santoso, 2017). Pengujian

validitas dilakukan dengan metode korelasi yaitu dengan melihat angka koefisien korelasi (r_{xy}) pada item korelasi yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total. Dengan jumlah sampel uji kuesioner sebanyak 100 responden dan derajat keyakinan digunakan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, selanjutnya dilakukan analisis korelasi antara skor pertanyaan dengan skor total. Apabila nilai $r_{xy} > r\text{-tabel} = 0,195$, maka dapat dinyatakan item tersebut valid. Selanjutnya kuesioner tersebut akan digunakan dalam penelitian. Formula untuk menghitung koefisien korelasi (r_{xy}) adalah sebagai berikut (Santoso, 2017):

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antar skor butir (X) dan skor variabel (Y)

N = Jumlah responden yang diuji coba

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

$\sum Y$ = Jumlah skor variabel (Y)

$\sum X^2$ = Jumlah skor butir (X) kuadrat

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat menunjukkan dipercaya atau tidak (Santoso, 2017). untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Santoso, 2017). Untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *cronbach alpha* dengan jumlah sampel uji kuesioner sebanyak 100 responden. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai $r_{\alpha} >$

0,60. Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer *SPSS for Windows*. Formula untuk menghitung koefisien *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut (Santoso, 2017).

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

Keterangan:

α = *Cronbach Alpha*

b = Banyaknya butir angket

V_t = Varian skor total

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

3.2. Metode Analisis Data

3.2.1. Analisis *Servqual*

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

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

Metode *Importance Performance Analysis* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla & James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Latu & Everett, 2000). *Importance Performance*

Analysis telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja.

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

Rumus yang digunakan:

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

Keterangan :

TK_i = Tingkat kesesuaian responden.

X_i = Skor penilaian kinerja perusahaan.

Y_i = Skor penilaian kepentingan konsumen.

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

$$\bar{X} = \frac{X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{Y_i}{n}$$

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

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

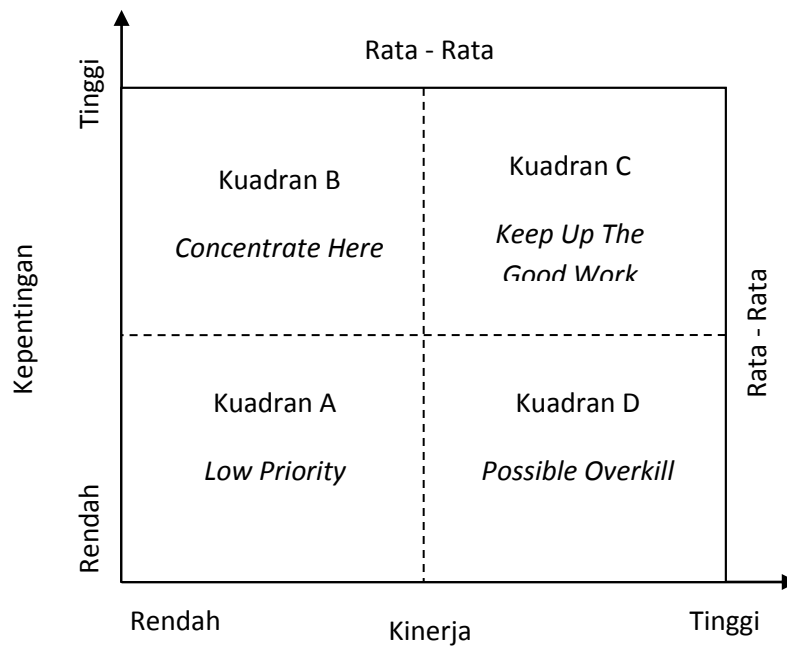
Penelitian terdapat empat faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga $K = 4$.

Rumus yang digunakan :

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

K = banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi konsumen.

Importance Performance Analysis menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Interpretasi grafik *Importance Performance Analysis* sangat mudah, dimana grafik *Importance Performance Analysis* dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *Importance-Performance* sebagaimana terlihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1
Matrik *Importance Performance Analysis*

Merujuk Gambar 3.1 dari penerapan *Importance Performance Analysis* dihasilkan empat kuadran yang berisi empat kemungkinan kelompok aspek-aspek yang diteliti, yaitu sebagai berikut ini :

- e. Kuadran A, “*Low priority*”: Baik skor tingkat kepentingan maupun kinerja bernilai rendah. Aspek-aspek yang termasuk ke dalam kelompok ini dapat diabaikan dari perhatian manajemen di masa-masa mendatang.
- f. Kuadran B, “*Concentrate here*”: Skor tingkat kepentingan tinggi namun skor kinerja rendah..
- g. Kuadran C, “*Keep up the good work*”: Memiliki skor yang tinggi baik dari sisi tingkat kepentingan maupun kinerjanya. Aspek-aspek pada kategori ini merupakan aspek-aspek yang ideal, karena ini menunjukkan bahwa organisasi

memiliki keunggulan di bidang-bidang yang di anggap penting oleh pelanggan.

- h. Kuadran D, "*Possible overkill*": Memiliki skor yang tinggi dari sisi tingkat kinerja namun memiliki skor yang rendah dari sisi kepentingan. Hasil ini menunjukkan letak puasnya para pelanggan.

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

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

Ada 2 (dua) macam metode untuk menampilkan data *Importance Performance Analysis* yaitu : pertama menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai-nilai pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan dengan tujuan untuk mengetahui secara umum penyebaran data terletak pada kuadran berapa, kedua menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-

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

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan analisis hasil penelitian mengenai “Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Deler Motor Berdasarkan Hasil Matriks *Importance-Performance Analysis* (Studi pada Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta)”. Pembahasan analisis hasil penelitian ini dimulai dari karakteristik responden, uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis deskriptif (deskripsi variabel penelitian) dan kemudian dilanjutkan dengan analisis kuantitatif yaitu analisis tingkat kesesuaian antara kinerja dengan kepentingan.

Pada bab sebelumnya telah dijelaskan bahwa pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada responden penelitian yaitu Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta. Dalam penelitian ini disebar 100 kuesioner pada 100 responden. Kuesioner yang dikembalikan sebanyak 100 eksemplar, jadi *respon rate*-nya sebanyak 100,0%. Kuesioner yang terjawab lengkap dan layak dianalisis dalam penelitian ini sebanyak 100 kuesioner. Rincian perolehan kuesioner dalam penelitian ini dapat dilihat pada lampiran rekapitulasi data. Setelah data terkumpul, kemudian data diedit (*editing*), diberi kode (*coding*), dan ditabulasikan (*tabulating*). Untuk selanjutnya dianalisis dengan bantuan program statistik komputer *SPSS for Windows*.

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

Nusantara Sakti Group adalah perusahaan yang bergerak di berbagai unit usaha. Beberapa unit usahanya ialah :

1. Dealer Resmi Motor Honda
2. Bengkel Resmi Honda (AHASS)
3. Dana Pembiayaan Motor
4. Dana Pembiayaan Mobil
5. Jasa Pengiriman
6. Honda Genuine Parts
7. Honda Genuine Oil
8. Indoparts
9. Federal Oil
10. Ivaro Furniture
11. Property

Visi Nusantara Sakti Group:

Menjadi Group Dealer sepeda motor Honda terbesar dan menjadi perusahaan pembiayaan terbaik, tersehat, dan terpercaya di Indonesia.

Misi Nusantara Sakti Group:

Pemberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dengan konsep 3T yaitu Tercepat, Termudah, dan Terpercaya namun tetap mengindahkan aspek kehati-hatian sehingga menjadi perusahaan yang sehat dan kuat (<http://www.nusantara-sakti.com/about>., diakses 1 Februari 2018).

4.2. Deskripsi Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 responden, maka dapat diidentifikasi mengenai karakteristik responden sebagai berikut :

4.2.1. Jenis Kelamin

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

Tabel 4.1
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	64	64,0%
2	Perempuan	36	36,0%
Total		100	100,0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah laki-laki sebanyak 64 responden atau 64,0% dan perempuan sebanyak 36 responden atau 36,0%. Hal ini menunjukkan bahwa Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta lebih banyak dari jenis kelamin laki-laki yang ditemui pada saat penelitian.

4.2.2. Pendidikan

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

Tabel 4.2
Kasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SMP	6	6,0%
2	SMA	30	30,0%
3	DIII	58	58,0%
4	S1	3	3,0%
5	S2	3	3,0%
Total		100	100,0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah sebagian besar berpendidikan Perguruan Tinggi (Diploma/S1/S2) sebanyak 64 responden atau 64,0% dan sebagian kecil berpendidikan SMP sebanyak 6 responden atau 6,0%. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi umur Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta kebanyakan berpendidikan tinggi.

4.2.3. Pekerjaan

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

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Dosen	3	3,0%
2	IRT	1	1,0%
3	Karyawan	14	14,0%
4	Mahasiswa	40	40,0%
5	Pelajar	9	9,0%
6	PNS	3	3,0%
7	Swasta	23	23,0%
8	Wirausaha	7	7,0%
Total		100	100,0%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar bekerja sebagai Mahasiswa sebanyak 40 responden atau 40,0% dan sebagian kecil bekerja sebagai IRT sebanyak 1 responden atau 1,0%. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi pekerjaan, Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta didominasi oleh para mahasiswa.

4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Berikut ini hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Kinerja

Variabel	Item	rx _{xy}	r-tabel	Keterangan
<i>Reliability</i>	X1.1	0,345	0,195	Valid
	X1.2	0,575	0,195	Valid
	X1.3	0,522	0,195	Valid
	X1.4	0,676	0,195	Valid
<i>Responsive</i>	X2.1	0,577	0,195	Valid
	X2.2	0,579	0,195	Valid
	X2.3	0,532	0,195	Valid

	X2.4	0,432	0,195	Valid
<i>Assurance</i>	X3.1	0,436	0,195	Valid
	X3.2	0,518	0,195	Valid
	X3.3	0,391	0,195	Valid
	X3.4	0,623	0,195	Valid
<i>Emphathy</i>	X4.1	0,514	0,195	Valid
	X4.2	0,559	0,195	Valid
	X4.3	0,285	0,195	Valid
	X4.4	0,280	0,195	Valid
<i>Tangible</i>	X5.1	0,514	0,195	Valid
	X5.2	0,297	0,195	Valid
	X5.3	0,578	0,195	Valid
	X5.4	0,443	0,195	Valid
	X5.5	0,305	0,195	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Dari Tabel 4.4 tersebut di atas dapat diketahui bahwa $r_{xy} > 0,195$, sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada item-item pertanyaan pada variabel *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* adalah valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Kepentingan

Variabel	Item	r_{xy}	r-tabel	Keterangan
<i>Reliability</i>	Y1.1	0,569	0,195	Valid
	Y1.2	0,313	0,195	Valid
	Y1.3	0,579	0,195	Valid
	Y1.4	0,674	0,195	Valid
<i>Responsive</i>	Y2.1	0,561	0,195	Valid
	Y2.2	0,381	0,195	Valid
	Y2.3	0,485	0,195	Valid
	Y2.4	0,482	0,195	Valid
<i>Assurance</i>	Y3.1	0,592	0,195	Valid
	Y3.2	0,394	0,195	Valid
	Y3.3	0,502	0,195	Valid
	Y3.4	0,674	0,195	Valid
<i>Emphathy</i>	Y4.1	0,630	0,195	Valid

	Y4.2	0,392	0,195	Valid
	Y4.3	0,474	0,195	Valid
	Y4.4	0,494	0,195	Valid
<i>Tangible</i>	Y5.1	0,465	0,195	Valid
	Y5.2	0,387	0,195	Valid
	Y5.3	0,233	0,195	Valid
	Y5.4	0,513	0,195	Valid
	Y5.5	0,452	0,195	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Dari Tabel 4.5 tersebut di atas dapat diketahui bahwa nilai $r_{xy} > 0,195$, sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada item-item pertanyaan pada variabel *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* adalah valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Indikator Kinerja	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
<i>Reliability</i>	0,681	0,60	Reliabel
<i>Responsive</i>	0,730	0,60	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,700	0,60	Reliabel
<i>Emphathy</i>	0,623	0,60	Reliabel
<i>Tangible</i>	0,623	0,60	Reliabel
Indikator Kepentingan	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
<i>Reliability</i>	0,732	0,60	Reliabel
<i>Responsive</i>	0,731	0,60	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,706	0,60	Reliabel
<i>Emphathy</i>	0,668	0,60	Reliabel
<i>Tangible</i>	0,650	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Dari Tabel 4.6 tersebut di atas dapat diketahui bahwa koefisien *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada variabel *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* adalah reliabel.

4.4. Analisis Data

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta dan apa dimensi kualitas pelayanan yang memiliki kinerja

tinggi dan memerlukan perbaikan. Analisis data ini melalui dua tahap, yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

1. Analisis Deskripsi pada Variabel Kinerja dan Kepentingan

Kriteria dalam penilaian kinerja dan kepentingan adalah:

Gap negatif (Kinerja < Kepentingan) = Tidak Puas

Gap sama (Kepentingan = Kinerja) = Puas

Gap positif (Kinerja > Kepentingan) = Sangat Puas

Kriteria dalam penilaian kepuasan adalah:

Tabel 4.7
Interval Skala Penelitian

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

Berikut ini hasil analisis deskripsi pada variabel kinerja dan kepentingan:

Tabel 4.8
Penilaian Responden terhadap Dimensi *Reliability*

Item	Mean Kinerja	Mean Kepentingan	Kategori	Keterangan
1	3,37	3,34	Kinerja > Kp	Sangat Puas
2	3,21	3,25	Kinerja < Kp	Tidak Puas
3	3,28	3,33	Kinerja < Kp	Tidak Puas
4	3,43	3,28	Kinerja > Kp	Sangat Puas
Rata-rata	3,32	3,30	Kinerja > Kp	Sangat Puas

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai *reliability* Kinerja dan Kepentingan pelayanan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta, Sangat Puas (3,32 dan 3,30 atau Kinerja > Kp). Hal ini menunjukkan bahwa Deler Motor Nusantara Sakti cepat dalam pelayanannya, Deler Motor Nusantara Sakti

menggunakan sarana otomatis untuk bengkelnya, dan mekanik Deler Motor Nusantara Sakti tepat dalam menangani kerusakan motor.

Tabel 4.9
Penilaian Responden terhadap Dimensi *Responsive*

Item	Mean Kinerja	Mean Kepentingan	Kategori	Keterangan
1	3,53	3,42	Kinerja > Kp	Sangat Puas
2	3,28	2,99	Kinerja > Kp	Sangat Puas
3	3,36	3,19	Kinerja > Kp	Sangat Puas
4	3,31	3,14	Kinerja > Kp	Sangat Puas
Rata-rata	3,37	3,19	Kinerja > Kp	Sangat Puas

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai *responsive* dari Kinerja dan Kepentingan pelayanan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta, Sangat Puas (3,37 dan 3,19 atau Kinerja > Kp). Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Deler Motor Nusantara Sakti menunjukkan minat dalam memecahkan masalah pelanggan, Prosedur pelayanan Deler Motor Nusantara Sakti sangat mudah, mekanik Deler Motor Nusantara Sakti peduli terhadap keinginan pelanggan, dan mekanik Deler Motor Nusantara Sakti cepat dalam melayani keluhan motor konsumen.

Tabel 4.10
Penilaian Responden terhadap Dimensi *Assurance*

Item	Mean Kinerja	Mean Kepentingan	Kategori	Keterangan
1	3,15	3,17	Kinerja < Kp	Tidak Puas
2	3,37	3,24	Kinerja > Kp	Sangat Puas
3	3,33	3,32	Kinerja > Kp	Sangat Puas
4	3,18	3,04	Kinerja > Kp	Sangat Puas
Rata-rata	3,26	3,19	Kinerja > Kp	Sangat Puas

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai *assurance* dari Kinerja dan Kepentingan pelayanan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta, Sangat Puas (3,26 dan 3,19 atau Kinerja > Kp). Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan

karyawan Deler Motor Nusantara Sakti sesuai dengan bidang kerjanya, pengetahuan mekanik Deler Motor Nusantara Sakti terhadap seluk beluk kendaraan sangat tinggi, kecakapan (*skill*) mekanik Deler Motor Nusantara Sakti dalam melakukan perbaikan, dan tanggung jawab mekanik terhadap keamanan hasil servis kendaraan sangat tinggi.

Tabel 4.11
Penilaian Responden terhadap Dimensi *Empathy*

Item	Mean Kinerja	Mean Kepentingan	Kategori	Keterangan
1	3,46	3,16	Kinerja > Kp	Sangat Puas
2	3,36	3,10	Kinerja > Kp	Sangat Puas
3	3,53	3,33	Kinerja > Kp	Sangat Puas
4	3,39	3,01	Kinerja > Kp	Sangat Puas
Rata-rata	3,44	3,15	Kinerja > Kp	Sangat Puas

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai *emphathy* dari Kinerja dan Kepentingan pelayanan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta, Sangat Puas (3,44 dan 3,15 atau Kinerja > Kp). Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Deler Motor Nusantara Sakti memberikan pelayanan yang ramah/murah senyum dan sopan, karyawan Deler Motor Nusantara Sakti memberikan kesan yang baik kepada penumpang, pelayanan Deler Motor Nusantara Sakti tidak membedakan status dalam melayani konsumen, dan karyawan Deler Motor Nusantara Sakti mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan konsumen.

Tabel 4.12
Penilaian Responden terhadap Dimensi *Tangibels*

Item	Mean Kinerja	Mean Kepentingan	Kategori	Keterangan
1	3,67	2,68	Kinerja > Kp	Sangat Puas
2	3,37	2,95	Kinerja > Kp	Sangat Puas
3	3,46	2,86	Kinerja > Kp	Sangat Puas
4	3,29	3,06	Kinerja > Kp	Sangat Puas
5	3,20	2,85	Kinerja > Kp	Sangat Puas
Rata-rata	3,33	2,93	Kinerja > Kp	Sangat Puas

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui kebanyakan responden menilai *tangible* dari Kinerja dan Kepentingan pelayanan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta, Sangat Puas (3,33 dan 2,93 atau Kinerja > Kp). Hal ini menunjukkan bahwa kerapian penampilan karyawan Deler Motor Nusantara Sakti, Deler Motor Nusantara Sakti menyediakan fasilitas AC, Toilet, dan TV yang baik, Deler Motor Nusantara Sakti menyediakan mushola yang memadai, Bengkel Deler Motor Nusantara Sakti memiliki ruang tunggu yang nyaman, dan Deler Motor Nusantara Sakti memiliki tempat parkir yang luas.

2. Analisis Kuantitatif Hubungan antara Kinerja dengan Kepentingan

a. Analisis Tingkat Kesesuaian Antara Kinerja terhadap Kepentingan

Dari 100 responden Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta yang dijadikan responden dalam penelitian ini yaitu dimensi *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* telah diperoleh jawaban tingkat kesesuaian antara kinerja dengan kepentingan Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta.

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

Rumus yang digunakan :

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

Keterangan :

TKi = Tingkat kesesuaian responden.

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan.

Yi = Skor penilaian kepentingan konsumen.

Adapun kriteria dan hasil penelitian yang diperoleh dari masing-masing dimensi atau tingkat kesesuaian pada dimensi kinerja dengan kepentingan adalah sebagai berikut:

Kriteria : Sangat Sesuai jika tingkat kesesuaian > 100%

Sesuai jika tingkat kesesuaian = 100%

Tidak sesuai jika tingkat kesesuaian < 100%

Tabel 4.13

Tingkat Kesesuaian Item dan Dimensi Kinerja dengan Kepentingan

Item/ Dimensi	Kinerja (Xi)	Kepentingan (Yi)	Tingkat Kesesuaian (%)
<i>Reliability</i>			
1	3,37	3,34	101
2	3,21	3,25	99
3	3,28	3,33	98
4	3,43	3,28	105
Mean	3,32	3,30	101
<i>Responsive</i>			
5	3,53	3,42	103
6	3,28	2,99	110
7	3,36	3,19	105
8	3,31	3,14	105
Mean	3,37	3,19	106
<i>Assurance</i>			
9	3,15	3,17	99
10	3,37	3,24	104
11	3,33	3,32	100
12	3,18	3,04	105
Mean	3,26	3,19	102
<i>Emphathy</i>			
13	3,46	3,16	109
14	3,36	3,10	108
15	3,53	3,33	106
16	3,39	3,01	113
Mean	3,44	3,15	109
<i>Tangible</i>			
17	3,67	2,68	137
18	3,37	2,95	114
19	3,46	2,86	121

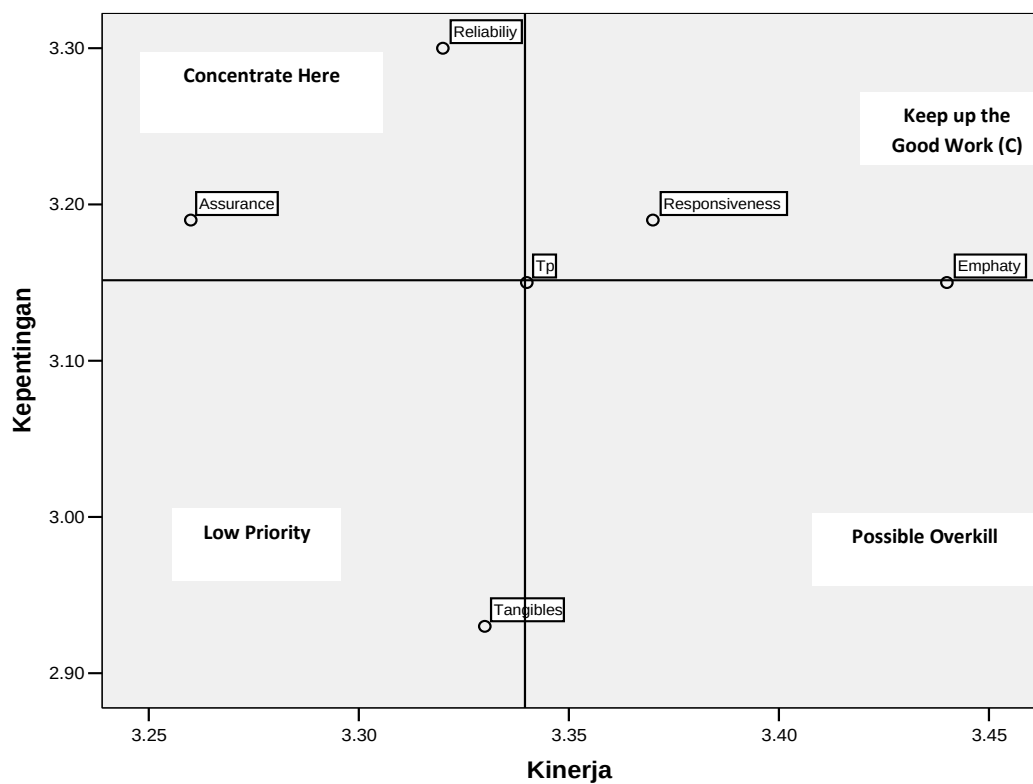
20	3,29	3,06	108
21	3,20	2,85	112
Mean	3,33	2,93	114
Means	3,34	3,15	106

Berdasarkan hasil analisis *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* dan *empaty* pada tabel di atas bahwa aspek *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* sudah memiliki tingkat kesesuaian antara Kinerja dan Kepentingan Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta. Hal ini berarti bahwa pengelolaan kualitas pelayanan dari dimensi tersebut sudah sesuai dengan kepentingan Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta. Variabel *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* menunjukkan bahwa semua nilai kuantitatif Kinerja Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta sama dengan kuantitatif kepentingan Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta, sehingga tingkat kesesuaian pada *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* adalah sesuai, ini berarti bahwa Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta merasa puas atas pelayanan melalui pengelolaan indikator-indikator yang ada pada dimensi dimensi *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta.

Secara rata-rata tingkat kesesuaian antara Kinerja dan Kepentingan Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta sudah memiliki kesesuaian dalam arti bahwa pengelolaan kualitas pelayanan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta dari dimensi tersebut sudah sesuai dengan kepentingan Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta.

b. Diagram Kartesius Dimensi dan Item

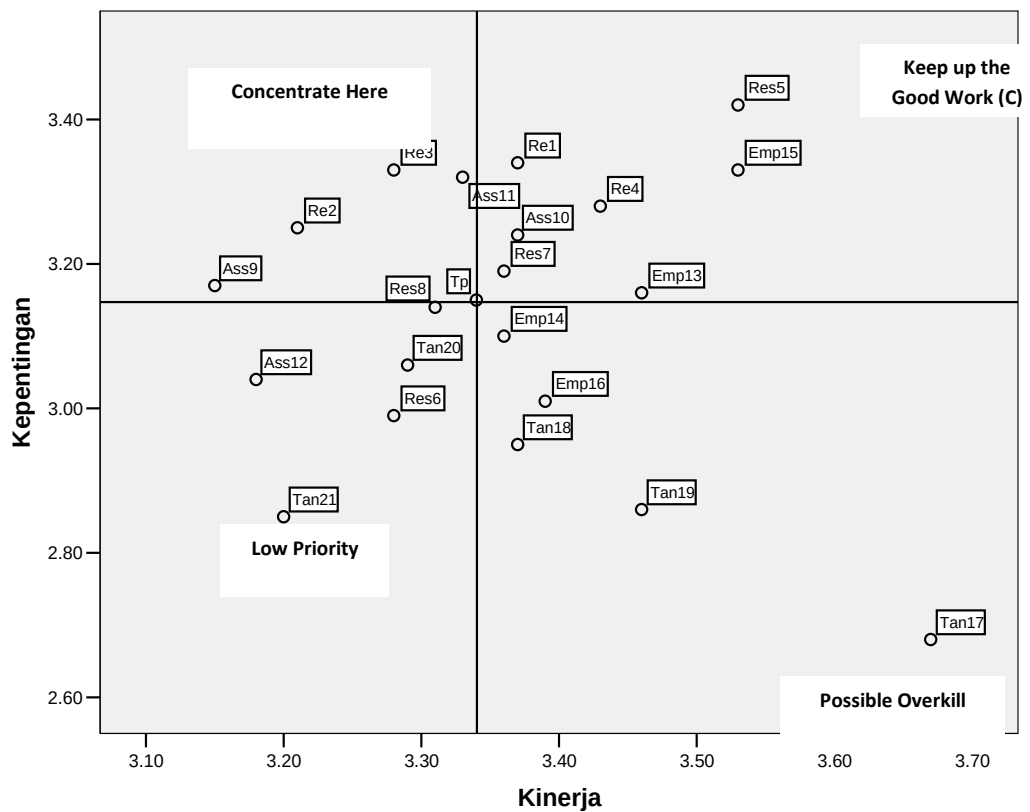
Perhitungan rata-rata dari hasil kuesioner pada diagram kartesius dapat dilihat bahwa dimensi-dimensi kualitas pelayanan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta dengan kepentingan Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta. Dimensi yang masuk pada kuadran A (*Low priority*), kuadran B (*pertahankan/consentrate here*), kuadran C (*prioritas utama/keep up the good work*), dan kuadran D (*berlebihan/possible overkill*).



Gambar 4.2

Penjelasan masing-masing kuadran :

Kuadran A (abaikan/*low priority*): masih terdapat dimensi yang pengelolaannya rendah yaitu dimensi *Tangible*, kuadran B (prioritas utama) dimensi yang perlu diprioritas utamakan adalah *Reliability* dan *Assurance*, kuadran C (dipertahankan/*keep up the good work*) ada dimensi yang perlu dipertahankan yaitu *responsiveness*, sedangkan pada Kuadran D (berlebihan/*possible overkill*) adalah *Emphaty*.



Gambar 4.2

1) *Low Priority (A)*

- a) Res8 = Mekanik Deler Motor Nusantara Sakti cepat dalam melayani keluhan motor konsumen
- b) Tan20 = Bengkel Deler Motor Nusantara Sakti memiliki ruang tunggu yang nyaman
- c) Ass12 = Tanggung jawab mekanik terhadap keamanan hasil servis kendaraan sangat tinggi
- d) Res6 = Prosedur pelayanan Deler Motor Nusantara Sakti sangat mudah
- e) Tan21 = Deler Motor Nusantara Sakti memiliki tempat parkir yang luas

2) *Concentrate Here (B)*

- a) Re3 = Deler Motor Nusantara Sakti menggunakan sarana otomatis untuk bengkelnya
- b) Ass11 = Kecakapan (*skill*) mekanik Deler Motor Nusantara Sakti dalam melakukan perbaikan
- c) Re2 = Deler Motor Nusantara Sakti cepat dalam pelayanannya
- d) Ass9 = Pengetahuan karyawan Deler Motor Nusantara Sakti sesuai dengan bidang kerjanya

3) *Keep up the Good Work (C)*

- a) Res5 = Karyawan Deler Motor Nusantara Sakti menunjukkan minat dalam memecahkan masalah saya
- b) Re1 = Deler Motor Nusantara Sakti tepat waktu dalam pelayanannya
- c) Emp15 = Pelayanan Deler Motor Nusantara Sakti tidak membedakan status dalam melayani konsumen

- d) Re4 = Mekanik Deler Motor Nusantara Sakti tepat dalam menangani kerusakan motor
- e) Ass10 = Pengetahuan mekanik Deler Motor Nusantara Sakti terhadap seluk beluk kendaraan sangat tinggi
- f) Res7 = Mekanik Deler Motor Nusantara Sakti peduli terhadap keinginan pelanggan
- g) Emp13= Karyawan Deler Motor Nusantara Sakti memberikan pelayanan yang ramah/murah senyum dan sopan

4) Possible Overkill (D)

- a) Emp14= Karyawan Deler Motor Nusantara Sakti memberikan kesan yang baik kepada konsumen
- b) Emp16= Karyawan Deler Motor Nusantara Sakti mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan konsumen
- c) Tan18 = Deler Motor Nusantara Sakti menyediakan fasilitas AC, Toilet, dan TV yang baik
- d) Tan19 = Deler Motor Nusantara Sakti menyediakan mushola yang memadai
- e) Tan17 = Kerapian penampilan karyawan Deler Motor Nusantara Sakti

Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta **belum merasa puas** dengan pelayanan dalam kuadran A. Dalam kuadran A terdapat item mekanik Deler Motor Nusantara Sakti cepat dalam melayani keluhan motor konsumen, bengkel Deler Motor Nusantara Sakti memiliki ruang tunggu yang nyaman, tanggung jawab mekanik terhadap keamanan hasil servis kendaraan sangat tinggi, prosedur pelayanan Deler Motor Nusantara Sakti sangat mudah, dan Deler Motor Nusantara Sakti memiliki tempat parkir yang luas. Hal ini berarti

pihak Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta menganggap bahwa indikator tersebut sebagai suatu item yang dikelola dengan prioritas rendah dan pengelolaan atas butir tersebut belum optimal. Hal ini secara riil dalam penelitian ini kinerja Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta dinilai belum memberikan rasa puas bagi pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta dengan kinerja yang diberikan.

Pihak Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta belum memprioritaskan indikator-indikator dalam kuadran B. Dalam kuadran B terdapat item Deler Motor Nusantara Sakti menggunakan sarana otomatis untuk bengkelnya, kecakapan (*skill*) mekanik Deler Motor Nusantara Sakti dalam melakukan perbaikan, Deler Motor Nusantara Sakti cepat dalam pelayanannya, dan pengetahuan karyawan Deler Motor Nusantara Sakti sesuai dengan bidang kerjanya. Pada kuadran B ini pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta belum merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan pihak Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta. Dengan demikian pihak Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta juga harus meningkatkan lagi nilai yang terkandung dalam indikator-indikator menjadi optimal sehingga kepuasan Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta bisa dioptimalkan. Hal ini secara riil dalam penelitian ini kinerja Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta dalam memberikan pelayanannya kepada Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta belum baik dan Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta **belum merasa puas**.

Indikator-indikator yang ada di kuadran C ini **di atas** nilai rata-rata keseluruhan dimensi kualitas pelayanan pada tingkat kepentingan Pelanggan Deler

Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta dan **di atas** nilai rata-rata keseluruhan dimensi kualitas pelayanan pada tingkat Kinerja Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta. Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta **sudah merasa puas** dengan pelayanan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta dalam kuadran C. Dalam kuadran C terdapat item karyawan Deler Motor Nusantara Sakti menunjukkan minat dalam memecahkan masalah pelanggan, Deler Motor Nusantara Sakti tepat waktu dalam pelayanannya, pelayanan Deler Motor Nusantara Sakti tidak membedakan status dalam melayani konsumen, mekanik Deler Motor Nusantara Sakti tepat dalam menangani kerusakan motor, pengetahuan mekanik Deler Motor Nusantara Sakti terhadap seluk beluk kendaraan sangat tinggi, mekanik Deler Motor Nusantara Sakti peduli terhadap keinginan pelanggan, dan karyawan Deler Motor Nusantara Sakti memberikan pelayanan yang ramah/murah senyum dan sopan. Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta sudah memprioritaskan masing-masing indikator tersebut. Pengelolaannya yang harus optimal dalam memenuhi tingkat kesesuaian antara nilai kepentingan dengan nilai kinerja. Dengan hasil dari kuadran C, secara substantif indikator-indikator tersebut tidak sekedar sebagai prioritas yang utama dengan pengoptimalan pengelolaan. Dalam penelitian ini didapat bahwa kinerja yang dilakukan oleh pihak Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta dinilai oleh Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta dapat memuaskan Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta.

Indikator-indikator yang ada di kuadran D ini di bawah nilai rata-rata keseluruhan dimensi kualitas pelayanan pada tingkat kepentingan Pelanggan Deler

Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta dan di atas nilai rata-rata keseluruhan dimensi kualitas pelayanan pada tingkat Kinerja Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta. Dalam kuadran D terdapat item karyawan Deler Motor Nusantara Sakti memberikan kesan yang baik kepada konsumen, karyawan Deler Motor Nusantara Sakti mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan konsumen, Deler Motor Nusantara Sakti menyediakan fasilitas AC, Toilet, dan TV yang baik, Deler Motor Nusantara Sakti menyediakan mushola yang memadai, dan kerapian penampilan karyawan Deler Motor Nusantara Sakti. Dari hasil tersebut bahwa pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta dianggap merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh pihak Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta melalui indikator tersebut. Dengan demikian secara substantif indikator tersebut mempunyai prioritas rendah dan dianggap berlebihan dalam pengelolaannya. Akan tetapi lebih baik lagi, jika sebagian perhatian dalam indikator-indikator pada kuadran D yang menjadi prioritas utama dalam pengelolaannya. Hal ini secara riil dalam penelitian ini kinerja Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta dinilai memberikan **kinerja yang memuaskan** bagi para Pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran ini merupakan hasil dari penelitian untuk menganalisis “Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Deler Motor Berdasarkan Hasil Matriks *Importance-Performance Analysis* (Studi pada Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta)”. Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran akan diuraikan sebagai berikut:

5.1. Kesimpulan

1. Hasil analisis *Importance Analysis* menunjukkan bahwa tingkat *importance* pada aspek *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta sudah baik (Mean 3,15) (sudah sesuai dengan kepentingan penumang).
2. Hasil analisis *Performance Analysis* menunjukkan bahwa tingkat *performance* aspek *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta sudah baik (Mean 3,34) (kinerjanya sudah dinilai baik oleh konsumen).
3. Hasil analisis *Importance Performance Analysis* menunjukkan bahwa aspek *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* sudah memiliki tingkat kesesuaian (106,0%) antara Kinerja dan Kepentingan konsumen Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta. Hal ini berarti bahwa pengelolaan kualitas pelayanan dari

dimensi tersebut sudah sesuai dengan kepentingan konsumen Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta atau konsumen sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pihak Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta.

4. Hasil analisis deskripsi bahwa kualitas pelayanan jasa pada Deler Motor Nusantara Sakti berdasarkan hasil matriks *Importance-Performance Analysis* sudah baik (Mean 3,34).

5.2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah instrumen penelitian dengan menggunakan wawancara untuk menggali informasi dari konsumen terkait dengan *reliability, responsive, assurance, emphathy*, dan *tangible* Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta sulit dilakukan, sehingga informasi yang didapatkan kurang mendalam.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diberikan saran pada Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta untuk memaksimalkan dimensi yang tingkat kepuasannya masih kurang tinggi, yaitu:

Disarankan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta memprioritaskan aspek Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta yaitu tepat waktu dalam pelayanan servis dan kecakapan karyawan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta dalam setiap bidangnya, dan karyawan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta berpenampilan rapi dengan tujuan agar konsumen merasa puas dan menjadi lebih loyal.

Dengan demikian, maka Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta dapat mampu memberikan rasa yang lebih puas bagi pelanggan Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta atas kenyataan atau kinerja yang diberikan oleh Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Berry, L.L., VA Zeithaml, & A Parasuraman. 1990. Five Imperatives for Improving Service Quality, *Sloan Management Review*, Summer 29-38.
- Chang-His, Yu, Hsiu-Chen Chang, dan Gow-Liang Huang, 2006, A Study of Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Taiwanese Leisure Industry, *The Journal of Academy of Business*, Cambridge* Vol. 9 *Num.1.
- Gasperz, V. 1997. *Manajemen Kualitas. Penerapan Konsep-konsep Kualitas dalam Manajemen Bisnis Total*. Jakarta: Yayasan Indonesia Emas & PT Gramedia Pustaka Utama.
- George, Igy, 2013, Importance-Performance Analysis of Airport Facilities-A Case Study of Cochin International Airport Limited, *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*, Volume 17, Issue 4, PP 09-15 e-ISSN: 2279-0837, p-ISSN: 2279-0845.
- Kotler P. & Garry Amstrong. 2008. *Principles of Marketing*, New York: Prentice Hall Inter-National by Pearson Education.
- Kotler, Philip, Alih Bahasa Teguh, Hendra, dkk., 2005, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid Satu, Jakarta : Prenhallindo.
- Kurniasari, Ardiana & Cholichul Hadi, 2012, Penilaian Kualitas Pelayanan Jasa oleh Konsumen Bengkel Resmi Sepeda Motor Honda AHASS UD. Ramayana Motor Surabaya, *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, Vol.1 No.02.
- Lailia, Nimas, Sri Suryoko, & Saryadi, 2012, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis Bengkel AHASS 0002 Semarang Honda Center, *Diponegoro Journal of Social and Politic*, Vol.1, Hal. 1-8.
- Latu, Tavite M., dan Andre M. Everett, 2000, *Review of Satisfaction Research and Measurement Approaches*, New Zealand: Department of Conservation, Wellington.
- Lovelock, Christopher H., 1999, *Services Marketing: Tehnology, People Strategy*, USA: Prentice Hall International.
- Martilla, J. A. dan John C., James, 1977, Importance-Performance Analysis, *Journal of Marketing*, Vol. 41, No. 1 pp. 77-79.
- Mintzberg, Henry, 2007, *Tracking Strategies : Toward a General Theory*, New York: Oxford Univercity Press Inc.
- Nugraha, Rizal, Ambar Harsono, dan Hari Adianto, 2014, Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel “X” Berdasarkan Hasil *Matrix Importance-*

- Performance Analysis* (Studi Kasus di Bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang). *Reka Integra*, No.03. Vol.01, ISSN: 2338-5081.
- Parasuraman A, VA Zeithaml, & LL Berry, 1996, A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, 49; 41-50.
- Rahayu, Sri, 2005, *SPSS Versi 12.00, Dalam Riset*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Rangkuti, Freddy, 2009, *Riset Pemasaran*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Resohadiprodjo, Sukanto dan Indriyo Gitosudarmo, 1997. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Santoso, Singgih, 2017, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Elek Media Komputindo.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, 2010, *Research Method For Business: A Skill Building Approach*, New York: John Wiley @ Sons.
- Stanton, William J., 1993, *Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, 2007, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2004, *Service, Quality & Satisfication*, Jakarta: Andi.
- Yamit, Zulian, 1998. *Manajemen Persediaan*. Yogyakarta: Ekonisia FE UII.
- _____, 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia FE UII.
- <https://www.klikteknik.com/cara-memulai-usaha-bengkel-sepeda-motor-resmi-honda-ahass.html>

KUESIONER

Yth. Responden

Konsumen Deler Motor Nusantara Sakti

Di. Gejayan Kota Yogyakarta

Dengan Hormat,

Dengan segala kerendahan hati perkenankanlah saya pada kesempatan ini, memohon kepada Bpk/Ibu/Sdr/i agar bersedia meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan yang saya ajukan seperti terlampir dalam kuesioner ini.

Perlu anda ketahui bahwa tujuan penelitian ini adalah semata-mata untuk tujuan ilmiah, dimana pendapat Bpk/Ibu/Sdr/i dijamin kerahasiaannya dan akan saya pergunakan dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **"Analisis Kualitas Pelayanan Jasa pada Deler Motor Berdasarkan Hasil Matriks *Importance-Performance Analysis* (Studi pada Deler Motor Nusantara Sakti di Gejayan Kota Yogyakarta)"**.

Akhir kata, atas segala bantuan Bpk/Ibu/Sdr/i saya ucapkan terima kasih sedalam-dalamnya.

Hormat saya,

Aditya Putra

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin : Pria/Wanita (coret yang tidak perlu)
2. Nama :(boleh diisi atau tidak)
3. Alamat :
4. Pendidikan :
5. Pekerjaan :

B. Petunjuk Pengisian:

Dibawah ini terdapat butir-butir pertanyaan. Saudara dimohon untuk memilih salah satu di antara empat alternatif jawaban yang telah disediakan dengan memberi tanda silang (x) pada singkatan yang tersedia di sebelah kanan pertanyaan. Pilihlah jawaban sesuai dengan fakta yang anda alami.

1. KINERJA

Adapun kategori yang tertulis didalam kuesioner kualitas jasa yang disediakan adalah:

- | | |
|------------------------|-------------------------------|
| SS : Sangat Setuju (4) | TS : Tidak Setuju (2) |
| S : Setuju (3) | STS : Sangat Tidak Setuju (1) |

2. KEPENTINGAN

Adapun kategori yang tertulis didalam kuesioner kualitas jasa yang disediakan adalah:

- | | |
|------------------------|-------------------------------|
| SS : Sangat Setuju (4) | TS : Tidak Setuju (2) |
| S : Setuju (3) | STS : Sangat Tidak Setuju (1) |

Keandalan (*Reliability*) (X_1)

No.	Pernyataan	Kinerja				Kepentingan			
		SS	S	TS	STS	SS	S	TS	STS
1	Deler Motor Nusantara Sakti tepat waktu dalam pelayanannya.								
2	Deler Motor Nusantara Sakti cepat dalam pelayanannya.								
3	Deler Motor Nusantara Sakti menggunakan sarana otomatis untuk bengkelnya								
4	Mekanik Deler Motor Nusantara Sakti tepat dalam menangani kerusakan motor.								

Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_2)

No.	Pernyataan	Kinerja				Kepentingan			
		SS	S	TS	STS	SS	S	TS	STS
5	Karyawan Deler Motor Nusantara Sakti menunjukkan minat dalam memecahkan masalah saya								
6	Prosedur pelayanan Deler Motor Nusantara Sakti sangat mudah.								
7	Mekanik Deler Motor Nusantara Sakti peduli terhadap keinginan pelanggan								
8	Mekanik Deler Motor Nusantara Sakti cepat dalam melayani keluhan motor konsumen.								

Jaminan (*Assurance*) (X_3)

No.	Pernyataan	Kinerja				Kepentingan			
		SS	S	TS	STS	SS	S	TS	STS
9	Pengetahuan karyawan Deler Motor Nusantara Sakti sesuai dengan bidang kerjanya.								
10	Pengetahuan mekanik Deler Motor Nusantara Sakti terhadap seluk beluk kendaraan sangat tinggi.								
11	Kecakapan (<i>skill</i>) mekanik Deler Motor Nusantara Sakti dalam melakukan perbaikan.								
12	Tanggung jawab mekanik terhadap keamanan hasil servis kendaraan sangat tinggi.								

Empati (*Emphaty*) (X_4)

No.	Pernyataan	Kinerja				Kepentingan			
		SS	S	TS	STS	SS	S	TS	STS
13	Karyawan Deler Motor Nusantara Sakti memberikan pelayanan yang ramah/murah senyum dan sopan.								
14	Karyawan Deler Motor Nusantara Sakti memberikan kesan yang baik kepada konsumen.								
15	Pelayanan Deler Motor Nusantara Sakti tidak membedakan status dalam melayani konsumen.								
16	Karyawan Deler Motor Nusantara Sakti mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan konsumen								

Bukti Fisik (*Tangibles*) (X₅)

No.	Pernyataan	Kinerja				Kepentingan			
		SS	S	TS	STS	SS	S	TS	STS
17	Kerapian penampilan karyawan Deler Motor Nusantara Sakti								
18	Deler Motor Nusantara Sakti menyediakan fasilitas AC, Toilet, dan TV yang baik								
19	Deler Motor Nusantara Sakti menyediakan mushola yang memadai								
20	Bengkel Deler Motor Nusantara Sakti memiliki ruang tunggu yang nyaman								
21	Deler Motor Nusantara Sakti memiliki tempat parkir yang luas.								

Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas

Reliability

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,727	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	9,8600	1,980	,569	,635
Y1.2	9,9500	2,109	,313	,805
Y1.3	9,8700	2,013	,579	,632
Y1.4	9,9200	1,933	,674	,581

Reliability

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,732	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	9,9200	1,751	,345	,762
X1.2	10,0800	1,408	,575	,639
X1.3	10,0100	1,626	,522	,676
X1.4	9,8600	1,172	,676	,569

Reliability

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,681	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y2.1	9,4100	1,194	,561	,562
Y2.2	9,7900	1,966	,381	,664
Y2.3	9,6200	1,753	,485	,604
Y2.4	9,6700	1,779	,482	,607

Reliability

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,731	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	9,9500	1,381	,577	,638
X2.2	10,2000	1,475	,579	,644
X2.3	10,1200	1,460	,532	,665
X2.4	10,1700	1,355	,432	,738

Reliability

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,730	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y3.1	9,6000	1,313	,592	,625
Y3.2	9,5300	1,484	,394	,747
Y3.3	9,4500	1,341	,502	,684
Y3.4	9,7300	1,553	,674	,621

Reliability

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,700	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	9,8800	1,319	,436	,671
X3.2	9,6600	1,055	,518	,615
X3.3	9,7000	1,182	,391	,695
X3.4	9,8500	,917	,623	,539

Reliability

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,706	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y4.1	9,4400	1,461	,630	,545
Y4.2	9,5000	2,051	,392	,698
Y4.3	9,2700	1,714	,474	,657
Y4.4	9,5900	1,962	,494	,646

Reliability

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,623	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	10,2800	1,052	,514	,467
X4.2	10,3800	1,046	,559	,435
X4.3	10,2100	1,258	,285	,637
X4.4	10,3500	1,280	,280	,639

Reliability

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,650	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y5.1	11,7200	2,446	,465	,567
Y5.2	11,4500	3,078	,387	,606
Y5.3	11,5400	3,200	,233	,673
Y5.4	11,3400	2,853	,513	,553
Y5.5	11,5500	2,694	,452	,573

Reliability

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,668	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X5.1	13,3200	1,897	,514	,575
X5.2	13,6200	2,076	,297	,675
X5.3	13,5300	1,767	,578	,540
X5.4	13,7000	2,010	,443	,608
X5.5	13,7900	2,087	,305	,670

Lampiran 4 : Frekuensi Karakteristik Responden

Frequencies

JK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	64	64,0	64,0	64,0
	Perempuan	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pddkn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	6	6,0	6,0	6,0
	SMA	30	30,0	30,0	36,0
	DIII	58	58,0	58,0	94,0
	S1	3	3,0	3,0	97,0
	S2	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pkrjn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dosen	3	3,0	3,0	3,0
	IRT	1	1,0	1,0	4,0
	Kary awan	14	14,0	14,0	18,0
	Mahasiswa	40	40,0	40,0	58,0
	Pelajar	9	9,0	9,0	67,0
	PNS	3	3,0	3,0	70,0
	Swasta	23	23,0	23,0	93,0
	Wirausaha	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 5 : Mean Variabel Kepentingan dan Kinerja

Interval Skala

Interval	Kategori
1,00 s/d 1,74	STP/STS
1,75 s/d 2,49	TP/TS
2,50 s/d 3,24	P/S
3,25 s/d 4,00	SP/SS

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1.1	100	2,00	4,00	3,3400	,58981
Y1.2	100	1,00	4,00	3,2500	,71598
Y1.3	100	2,00	4,00	3,3300	,56951
Y1.4	100	2,00	4,00	3,2800	,55195
Y1	100	1,75	4,00	3,3000	,45227
X1.1	100	3,00	4,00	3,3700	,48524
X1.2	100	2,00	4,00	3,2100	,53739
X1.3	100	3,00	4,00	3,2800	,45126
X1.4	100	2,00	4,00	3,4300	,60728
X1	100	2,50	4,00	3,3225	,38973
Y2.1	100	2,00	4,00	3,4200	,75452
Y2.2	100	1,00	4,00	2,9900	,55949
Y2.3	100	2,00	4,00	3,1900	,54486
Y2.4	100	2,00	4,00	3,1400	,53220
Y2	100	1,75	3,75	3,1850	,46005

X2.1	100	3,00	4,00	3,5300	,50161
X2.2	100	3,00	4,00	3,2800	,45126
X2.3	100	3,00	4,00	3,3600	,48242
X2.4	100	2,00	4,00	3,3100	,59789
X2	100	2,75	4,00	3,3700	,38019
Y3.1	100	2,00	4,00	3,1700	,53286
Y3.2	100	1,00	4,00	3,2400	,55268
Y3.3	100	1,00	4,00	3,3200	,56640
Y3.4	100	2,00	4,00	3,0400	,37390
Y3	100	1,50	4,00	3,1925	,38081
X3.1	100	3,00	4,00	3,1500	,35887
X3.2	100	3,00	4,00	3,3700	,48524
X3.3	100	3,00	4,00	3,3300	,47258
X3.4	100	2,00	4,00	3,1800	,51991
X3	100	2,75	4,00	3,2575	,33608
Y4.1	100	2,00	4,00	3,1600	,66241
Y4.2	100	1,00	4,00	3,1000	,52223
Y4.3	100	1,00	4,00	3,3300	,63652
Y4.4	100	2,00	4,00	3,0100	,50242
Y4	100	1,50	3,75	3,1500	,42640
X4.1	100	3,00	4,00	3,4600	,50091
X4.2	100	3,00	4,00	3,3600	,48242
X4.3	100	3,00	4,00	3,5300	,50161
X4.4	100	3,00	4,00	3,3900	,49021
X4	100	3,00	4,00	3,4350	,33826
Y5.1	100	2,00	4,00	2,6800	,75049
Y5.2	100	1,00	4,00	2,9500	,53889
Y5.3	100	1,00	4,00	2,8600	,61987
Y5.4	100	2,00	4,00	3,0600	,54717

Y5.5	100	1,00	4,00	2,8500	,65713
Y5	100	1,40	3,60	2,8800	,40502
X5.1	100	2,00	4,00	3,6700	,49349
X5.2	100	1,00	4,00	3,3700	,54411
X5.3	100	2,00	4,00	3,4600	,52068
X5.4	100	2,00	4,00	3,2900	,47768
X5.5	100	1,00	4,00	3,2000	,53182
X5	100	1,60	4,00	3,3980	,33694
Valid N (listwise)	100				

