

**USULAN PRIORITAS PERBAIKAN ATRIBUT PELAYANAN
MENGUNAKAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN
KANSEI ENGINEERING
(Studi pada Warnet *Luxury*)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Industri**



Oleh :

**Nama : Jeffri Dhea Nur Alam
No. Mahasiswa : 10 522 015**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2017**

LEMBAR PENGAKUAN

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

Yogyakarta, 12 April 2017



LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING
USULAN PRIORITAS PERBAIKAN ATRIBUT PELAYANAN
MENGUNAKAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) DAN
KANSEI ENGINEERING
(Studi pada Warnet *Luxury*)

TUGAS AKHIR



Yogyakarta, 13 April 2017
Pembimbing,



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

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI**USULAN PRIORITAS PERBAIKAN ATRIBUT PELAYANAN
MENGUNAKAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) DAN
KANSEI ENGINEERING
(Studi pada Warnet *Luxury*)****TUGAS AKHIR****Oleh**

Nama : Jeffri Dhea Nur Alam
No. Mahasiswa : 10 522 015

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

Yogyakarta, 16 Mei 2017

Tim Penguji

Yuli Agusti Rochman, S.T, M.Eng

Ketua

Ali Parkhan Ir., M.T.

Anggota I

Annisa Uswatun Khasanah, S.T., M.Sc.

Anggota II

Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Indonesia



Yuli Agusti Rochman S.T, M.Eng

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini untuk :

Bapak Budi Martiono dan Ibu Devi Prihatini tercinta yang telah memberikan segala cinta dan kasih sayang dan yang telah mengajari tentang arti hidup dan bertahan terhadap semua kondisi yang ada. Keluarga, sahabat, teman, teman spesial yang selalu ada untuk saya. Terima kasih untuk bantuannya baik fisik maupun psikis yang telah kalian berikan sampai saat ini.

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ ﴿٨﴾

“Sungguh, bersama kesukaran pasti ada kemudahan. Karena itu bila selesai suatu tugas, mulailah tugas yang lain dengan sungguh – sungguh. Hanya kepada Tuhanmu hendaknya kau memohon dan berharap ”

(QS. Al Insyirah : 6 – 8)

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ
الْآخِرَةِ لِيُسْئِلُوهُ وَجُوهَكُمْ وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا
دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيُتَبِّرُوا مَا عَلَوْا تَتْبِيرًا ﴿٧﴾

“Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri, dan apabila datang saat hukuman bagi (kejahatan) yang kedua, (Kami datangkan orang-orang lain) untuk menyuramkan muka-muka kamu dan mereka masuk ke dalam masjid, sebagaimana musuh-musuhmu memasukinya pada kali pertama dan untuk membinasakan sehabis-habisnya apa saja yang mereka kuasai.”

(QS. Al-Isra’ : 7)

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum, Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “**Usulan Prioritas Perbaikan Atribut Pelayanan Menggunakan Importance Performance Analysis (IPA) Dan Kansei Engineering**” dengan waktu yang ada..

Adapun tugas akhir ini dilaksanakan sebagai persyaratan untuk menyelesaikan jenjang strata satu (S1) di Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Teknologi Industri, Drs. Imam Djati Widodo, M.Eng.Sc Universitas Islam Indonesia.
2. Ketua jurusan Teknik Industri, Yuli Agusti Rochman, S.T, M.Eng Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
3. Yuli Agusti Rochman, S.T, M.Eng selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang banyak memberi masukan dan bimbingan kepada penulis.
4. Bapak / Ibu dosen dilingkungan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia, khususnya jurusan Teknik Industri yang telah membekali penulis dengan berbagai macam ilmu pengetahuan.
5. Kedua orang tua saya yaitu Bapak Budi Martiono dan Ibu Devi Prihatini dan seluruh keluarga besar saya yang telah memberikan kasih sayang, dukungan dan perhatiannya.
6. Teman-teman yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini dan semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Untuk itulah penulis menunggu masukan yang berguna untuk perbaikan selanjutnya.

Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat memberi manfaat bagi para pembacanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 13 April 2017

Penulis

ABSTRAK

Pada saat ini kebutuhan penggunaan internet untuk browsing, blogging, streaming, atau chatting semakin meningkat, melihat pasar tersebut wajar jika bermunculan warnet-warnet atau jasa penyedia layanan internet. Salah satunya adalah warnet Luxury yang terletak di jalan kaliurang km 5. Kualitas pelayanan terutama dalam bisnis jasa penyediaan internet dalam kasus ini warnet merupakan salah satu tolak ukur dalam menilai kualitas layanan jasa. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah tolak ukur emosional pelanggan terhadap layanan yang diterimanya. Dari penelitian ini didapatkan lima atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan yaitu “ketersediaan toilet bersih” dengan menempati kuadran I dan dipengaruhi dua kansei word, “fasilitas penunjang” dengan menempati kuadran I dan dipengaruhi satu kansei word, “area parkir yang luas” dengan menempati kuadran I dan dipengaruhi satu kansei word, “perangkat komputer yang modern” dengan menempati kuadran I, dan “kesesuaian harga dengan fasilitas” dengan menempati kuadran III dan dipengaruhi satu kansei word.

Kata Kunci : *Pelayanan Jasa, Importance Performance Analysis, Kansei Engineering.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGAKUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang	1
1.2	Rumusan Masalah	3
1.3	Tujuan Penelitian	3
1.4	Batasan Masalah	3
1.5	Manfaat Penelitian	3
1.6	Sistematika Penulisan	4

BAB II KAJIAN LITERATUR

2.1	Kajian Empiris	6
2.2	Kajian Teoritis	8
2.2.1	Pengertian Pemasaran	8
2.2.2	Jasa	9
2.2.3	Kualitas Pelayanan	12
2.2.4	Kepuasan Konsumen.....	12
2.2.5	<i>Kansei Engineering</i>	13
2.2.6	Analisis Kuadran	16

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	19
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	19
3.2.1	Studi Pustaka	19
3.2.2	Penelitian Lapangan.....	19
3.3	Penentuan Jumlah Sampel	20
3.4	Pengolahan Data	21
3.4.1	Uji Validitas	21
3.4.2	Uji Reliabilitas	22
3.5	<i>Important Performance Analysis (IPA)</i>	23
3.5.1	Menentukan skor kinerja dan Tingkat Kepentingan.....	23
3.5.2	Menentukan Garis Perpotongan Kuadran.....	24
3.5.3	Analisis Diagram IPA.....	24
3.5.4	<i>Kansei Engineering</i>	26
3.5.5	Analisa dan Pembahasan	27
3.5.6	<i>Flowchart</i> Penelitan	28

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1	Pengumpulan Data	29
4.1.1	Kuesioner	29
4.2	Pengolahan Data	34
4.2.1	Uji Kecukupan data	34
4.2.2	Uji Validitas	35
4.2.3	Uji Reliabilitas	38
4.3	<i>Important Performance Analysis</i>	39
4.3.1	Menentukan Skor kinerja dan Kepentingan	39
4.3.2	Menentukan Garis Perpotongan Kuadran	41
4.3.3	Analisis Diagram Kartesius	41
4.4	<i>Kansei Engineering</i>	44
4.4.1	Pemodelan Awal Atribut Pelayanan dan <i>Kansei word</i>	44
4.4.2	Regresi Linier Atribut Pelayanan dan <i>Kansei word</i>	44
4.4.3	Hubungan Atribut Pelayanan, <i>Kansei word</i> dan Analisis Kuadran	48

BAB V PEMBAHASAN

5.1	Analisis Atribut Pelayanan Jasa	51
5.2	Uji Validitas	52
5.3	Uji Reliabilitas	52
5.4	<i>Analisis Importance Performance Analysis</i>	52
5.5	Analisa <i>Kansei Engineering</i> dan Atribut Pelayanan	53
5.6	Prioritas Perbaikan Atribut Pelayanan	54

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	55
6.2	Saran	57

DAFTAR PUSTAKA	58
-----------------------------	----

LAMPIRAN	61
-----------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Atribut – Atribut Layanan	29
Tabel 4.2	Rekapitulasi Kuesioner II Tingkat Kepentingan	31
Tabel 4.3	Rekapitulasi Kuesioner II Kepuasan Konsumen	32
Tabel 4.4	Rekapitulasi Kuesioner II <i>Kansei Engineering</i>	33
Tabel 4.5	Hasil Uji Validasi Tingkat Kepentingan.....	36
Tabel 4.6	Hasil Uji Validasi Kinerja	37
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas <i>Kansei</i>	38
Tabel 4.8	Hasil <i>Cronbach's Alpha</i> Tingkat Kepentingan <i>Luxury</i>	39
Tabel 4.9	Hasil <i>Cronbach's Alpha</i> Kinerja <i>Luxury</i>	39
Tabel 4.10	Hasil <i>Cronbach's Alpha Kansei Engineering</i>	39
Table 4.11	Nilai $\bar{X}_i$ dan $\bar{Y}_i$	40
Tabel 4.13	Hasil uji regresi linier berganda <i>Kansei words</i> terhadap atribut pelayanan	44
Tabel 4.14	Atribut yang Memengaruhi <i>Kansei words</i>	45
Tabel 4.15	Prioritas Perbaikan Atribut Pelayanan	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Ilustrasi Pemodelan Matematis	16
Gambar 2.2	<i>Kuadran Importance Analysis</i>	17
Gambar 3.1	Contoh Diagram Kartesius.....	24
Gambar 3.2	<i>Flowchart</i> Diagram.....	27
Gambar 4.1	Diagram Kartesius	42

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi, perkembangan dunia teknologi informasi khususnya internet telah dimana-mana, terutama Indonesia sebagai negara berkembang. Pengguna internet di Indonesia juga semakin berkembang dari tahun 2014 dengan jumlah 88,1 juta pengguna melonjak hingga 132,7 juta pada 2016 (APJII, 2016). Pengguna internet di dominasi oleh mahasiswa dan pelajar pada umumnya. Mulai dari media elektronik sebagai ilmu, munculnya metode pembelajaran baru yang memudahkan dalam proses pembelajaran. Di Yogyakarta bisnis warnet (warung internet) sangat banyak ditemukan khususnya di dekat area universitas, memudahkan bagi para mahasiswa menggunakan jasa warnet untuk keperluan mereka masing-masing. Salah satu warnet yang masih beroperasi adalah warnet *Luxury*, terletak di jalan kaliurang km 4,5. Salah satu warnet yang dapat bertahan dari serangan paket-paket internet murah yang di tawarkan *provider* ataupun paket *wi-fi* yang sudah masuk ke rumah ataupun kosan. Sehingga warnet *Luxury* harus mengedepankan kualitas pelayanan yang baik bagi pelanggannya.

Kualitas pelayanan menurut Supranto (2006) adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang dikerjakan dengan baik. Pelayanan pelanggan ini sangat penting artinya bagi kehidupan perusahaan, karena tanpa pelanggan maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Untuk itu kegiatan pelayanan harus berorientasi pada kualitas pelayanan yang baik. Begitu pentingnya peran pelanggan dalam perusahaan, sehingga para pengusaha selalu berlomba-lomba menggali potensi yang terbaik untuk dipersembahkan kepada pelanggan, namun pada kenyataannya tidak sedikit perusahaan yang malah bingung untuk membuat pelanggannya loyal dan tidak berpindah kepada jasa perusahaan lain (Sulaiman, 2013).

Menurut Irawan (2008) kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performa produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa

puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Irawan berpendapat ada lima *driver* utama pelanggan yaitu kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan. Pelanggan Kotler (2005) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang dan kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil suatu produk) dengan harapan-harapannya. Semakin bermutu produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen semakin tinggi. Bila kepuasan konsumen semakin tinggi maka menimbulkan keuntungan bagi perusahaan tersebut. Konsumen yang puas akan terus melakukan pembelian pada perusahaan tersebut. Demikian pula sebaliknya, jika tanpa ada kepuasan, dapat mengakibatkan konsumen pindah pada produk atau jasa kompetitor pesaing.

Martila dan Jams dalam (Berry et al. 1990) Menyarankan penggunaan *Importance Performance Analysis* dalam mengukur tingkat kepuasan jasa. Dalam metode ini diperlukan pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar pelanggan merasa puas terhadap kinerja perusahaan, dan seberapa besar pihak penyedia jasa memahami apa yang diinginkan pelanggan terhadap jasa yang mereka berikan. Dan juga mengetahui atribut mana saja yang dianggap penting di mata konsumen. Sedangkan *Kansei Engineering* merupakan metode yang memiliki kemampuan untuk menerjemahkan perasaan emosional. Emosi yang dimaksud tidak hanya berasal dari segi pikiran, namun penglihatan, perasaan, bau, rasa (Schutte et al. 2008). Sebagai alat bantu dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen serta mengetahui kebutuhan emosional konsumen dalam penelitian ini digunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Kansei Engineering* diharapkan dapat digunakan dalam menentukan usulan prioritas perbaikan pelayanan konsumen Luxury.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang dapat diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Apa saja atribut yang mempengaruhi kualitas pelayanan pada warnet *Luxury*?
2. Bagaimana tingkat kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh warnet *Luxury*?
3. Apa saja atribut-atribut layanan yang dijadikan prioritas perbaikan utama oleh warnet *Luxury*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui atribut yang mempengaruhi kualitas pelayanan pada warnet *Luxury*.
2. Mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang telah diberikan warnet *Luxury*.
3. Mengetahui atribut layanan yang dijadikan prioritas perbaikan atribut pelayanan.

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian dapat lebih terarah, mudah dipahami, serta topik yang dibahas tidak meluas, maka perlu dilakukan pembatasan lingkup penelitian. Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian dilakukan di warnet *Luxury*.
2. Objek penelitian adalah pengguna jasa warnet *Luxury*.
3. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Kansei Engineering*.
4. Analisis dilakukan hanya berdasarkan pada data yang diperoleh dari penelitian saja.
5. Penelitian ini hanya menentukan prioritas perbaikan atribut layanan.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat dihasilkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi pengelola warnet *Luxury*
 Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada pengelola warnet *Luxury* yang semoga hasilnya dapat dijadikan bahan

pertimbangan dalam mengambil kebijaksanaan mengenai strategi perbaikan kualitas pelayanan warnet *Luxury*. Sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai dan para pengunjung terus kembali ke warnet *Luxury*.

2. Bagi penulis

Merupakan penerapan ilmu yang didapat selama kuliah dengan kondisi lapangan salah satunya, yaitu mengaplikasikan metode *importance performance analysis* (IPA), dan *Kansei Engineering* dalam prioritas perbaikan pada penyedia jasa dalam hal ini warnet *Luxury*.

3. Bagi Pihak Lain

Bagi pihak fakultas, kalangan akademis maupun kalangan umum, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian berikutnya.

1.6 Sitematika Penulisan

Sistematika penulisan berfungsi agar penulisan tugas akhir tetap terarah dan terstruktur dengan baik. Berikut merupakan sistematika penulisan pada penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan permasalahan yang menjadi dasar penelitian, batasan permasalahan dalam penelitian, tujuan dan manfaat penelitian yang dilakukan oleh peneliti serta sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini akan diuraikan mengenai konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian yang berasal dari referensi buku-buku, jurnal-jurnal ilmiah nasional maupun internasional yang telah dipublikasikan. Teori yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis* dan *Kansei Engineering*. Selain itu pada bagian ini juga memuat mengenai penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya atau penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang kerangka dan bagan aliran penelitian, pendekatan yang digunakan dalam penelitian, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data, uji statistik yang digunakan.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menjelaskan mengenai data yang telah diproses selama penelitian dan bagaimana menganalisa serta memproses data tersebut. Hasil pengolahan dan pemrosesan data akan ditampilkan dengan baik dalam bentuk grafik maupun tabel.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini berisi penjelasan tentang bagaimana kualitas pelayanan pada warnet *Luxury*, serta atribut pelayanan mana saja yang harus dijadikan prioritas perbaikan berdasarkan metode *importance performance analysis* (IPA) dan *Kansei Engineering* (KE).

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan terhadap analisis yang dibuat dan atribut pelayanan mana saja yang harus dijadikan prioritas perbaikan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Kajian Empiris

Dalam bab ini akan berisi kajian literatur yang nantinya akan digunakan dalam penelitian ini. Bertujuan untuk mengetahui apa saja dasar teori dan juga kajian – kajian yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Pada bab ini juga terdiri dari kajian empiris dan kajian teoritis. Kajian empiris adalah ilmu pengetahuan yang didapat dari fakta maupun hasil dari penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini baik yang dipublikasikan ataupun tidak. Kajian teoritis adalah kajian teori yang berdasarkan kutipan buku yang mendukung dan berhubungan dengan penelitian ini. Kemudian dari kedua kajian tersebut nantinya akan direview berdasarkan topik – topik yang sesuai dengan penelitian ini.

Adapun penelitian terdahulu oleh Jayanti (2013) yang berjudul “ Analisis Kualitas Layanan Perpustakaan dengan Metode *Servqual* dan *Kano* “. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan yang diberikan perpustakaan UIN Sunan Kalijaga, mengetahui atribut layanan apa saja yang bisa direkomendasikan untuk perbaikan. Metode yang digunakan dalam *Servqual* dan *Kano*. Diperoleh hasil dari metode *servqual* bahwa kualitas perpustakaan masih bisa dikatakan rendah, hal ini dibuktikan dengan seluruh skor *gap* antara nilai kinerja dan nilai harapan dari tiap atribut layanan bernilai negatif (-) kemudian dengan metode *Kano* diperoleh hasil yaitu ada sepuluh atribut layanan yang mendapat prioritas perbaikan. Atribut tersebut antara lain ketersediaan fasilitas internet, ketersediaan loker, kesegeraan petugas membantu pengunjung yang mengalami kesulitan, ketanggapan petugas dalam merespon keluhan/ masukan pengunjung, ketepatan waktu petugas dalam memberikan permintaan pengunjung, kesesuaian koleksi yang tersedia dengan informasinya, kelengkapan koleksi buku, dan keramahan petugas saat memberikan pelayanan.

Penelitian yang dilakukan Ongkowijoyo (2012) yang berjudul “Pengintegrasian *Kansei Engineering* dan *Customer Relationship Management* untuk meningkatkan

kualitas layanan di mall Ciputra World Surabaya”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi emosi konsumen saat datang dan mengunjungi mall tersebut, kondisi desain dan fasilitas layanan yang diberikan sekarang, dan mendapatkan suatu *guideine* yang dapat digunakan untuk membantu penyedia layanan mall dalam mendukung perbaikan secara terus menerus dalam *Customer Relationship Management* (CRM) yang mereka terapkan. Dari penelitian ini didapatkan hanya lima belas (15) dari dua puluh tiga (23) atribut layanan yang berpengaruh terhadap Kansei word responden. Selain itu, ke-lima belas (15) *Kansei Word* setelah diuji dengan loyalitas pelanggan dan tingkat hubungan dengan pelanggan hanya terdapat lima *Kansei word* yang signifikan. *Kansei word* tersebut adalah “elegan” (*p-value* 0.037), “percaya” (*p-value* 0.034), “keren” (*p-value* 0.039), “luas” (*p-value* 0.037), dan “ingin tahu” (*p-value* 0.000). Prioritas perbaikan dilakukan dengan melihat gap yang paling negatif dan memiliki yang paling negatif dan memiliki hubungan dengan Kansei words dengan jumlah yang banyak. Perbaikan dilakukan pada atribut “Pelayanan yang diberikan tanpa membedakan tanpa membedakan status” (gap 0.85), “Kecermatan karyawan mall seperti tukang parkir, *cleaning service* dan satpam dalam melayani pengunjung” (gap-0.63), “Kepekaan karyawan terhadap kebutuhan pengunjung” (gap-0.58), “Kenyamanan tempat parkir dan petunjuk parkir yang jelas” (gap-0.92), “Ketersediaan jenis makanan dan minuman yang ada di area foodcourt” (gap-0.75), “Event-event yang diadakan disana menarik” (gap-0.32) dan “Penampilan karyawan rapi dan menarik” (gap-0.42).

Penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012) dengan judul “Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan pada Instalasi Rawat Jalan dengan metode *SERVQUAL* dan *TRIZ* (Studi kasus di RS Muhammadiyah Roemani)”. Dengan banyaknya keluhan dari pelanggan, mendorong RSM Roemani untuk melakukan evaluasi kualitas pelayanannya, serta melakukan perbaikan agar dapat mencapai kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan untuk menganalisa masalah yang terjadi terkait dengan kualitas layanan adalah *SERVQUAL*, sedangkan untuk memecahkan masalahnya digunakan metode *TRIZ*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat tujuh variabel yang menjadi masalah yakni terjadi kesenjangan antara persepsi dengan ekspektasi pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan IRJ RSM Roemani belum mampu memenuhi harapan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis dengan metode *TRIZ*, solusi usulan perbaikan kualitas pelayanan yaitu perbaikan alur pelayanan, memasang papan informasi pada tempat-tempat strategis yang berisikan petunjuk pelayanan serta informasi terkait

pelayanan yang terjadi, mempercayakan pelayanan kesehatan pada petugas medis (perawat dan dokter) yang profesional serta berpengalaman di bidangnya

Penelitian yang dilakukan Anggraeni (2013) dengan judul "Usulan Peningkatan Kualitas pelayanan menggunakan metode *DINERSV* di pasta banget Jogjakarta". Metode yang digunakan adalah *DINESERV*. Metode ini mengandung 5 dimensi (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) dan 32 atribut untuk mengukur kualitas pelayanan. Kuesioner dibuat berdasarkan pada *SERVPERF* yang tidak menghitung gap antara persepsi dan ekspektasi, namun berdasarkan kinerja dari jasa yang dirasakan sekarang. Perancangan solusi dilakukan pada 3 atribut dengan nilai *mean* terendah menggunakan metode *TRIZ*. Tiga atribut dengan *mean* terendah secara berturut-turut adalah tampak luar bangunan yang tidak menarik, daftar menu tidak mudah dibaca, dipahami, dan tidak menarik serta konsistensi cita rasa masakan. Perancangan solusi dari tampak luar bangunan yang tidak menarik yaitu dengan menambahkan lampu hiasan penerang, menjalankan jadwal perawatan luar bangunan sesuai SOP, dan merancang ulang bentuk plang restoran dari bentuk bulat ke bentuk asimetris. Solusi untuk tampilan menu agar lebih mudah dibaca, dipahami, dan menarik adalah perancangan buku menu baru

Berdasarkan literatur jurnal yang ada, kemudian sejauh ini belum ditemukan penelitian mengenai kepuasan pelanggan warnet *Luxury* menggunakan metode *Importance Performance Analysis* dan *Kansei Engineering*

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerial yang di mana membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai (Kotler & Armstrong, 2001:7).

Dari definisi di atas dapat diuraikan bahwa pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahannya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, karena dengan melakukan pemasaran perusahaan akan mendapatkan keuntungan berupa laba yang dapat digunakan untuk mengembangkan perusahaan menjadi lebih besar.

Pemasaran adalah kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan

jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antar kegiatan produksi dan konsumsi.

2.2.2 Jasa

Menurut Kotler (2005:96) definisi jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Proses produksinya mungkin dan mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya bengkel reparasi, kursus, lembaga pendidikan, jasa telekomunikasi, transportasi dan lain-lain (Tjiptono, 2002:23). Dengan demikian jasa dapat juga diartikan sebagai transaksi bisnis yang dilakukan antara penyedia jasa (*service provider*) dan penerima jasa (*customer*) dengan tujuan menghasilkan sebuah *outcome* yang dapat memuaskan customer.

Kotler (2001:83) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Namun begitu, produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

Jasa memiliki empat karakteristik utama yang membedakannya dengan barang, yaitu :

1. *Intangibility*

Jasa adalah sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat diraba atau sesuatu yang tidak dengan mudah didefinisikan, atau dipahami secara rohaniah, berbeda dengan barang, jika barang merupakan suatu objek, alat, atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (*performance*) atau usaha. Bila barang dapat dimiliki maka jasa hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dimiliki.

2. *Inseparability*

Umumnya jasa produksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Jasa biasanya dijual terlebih dahulu baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara simultan. Barang biasanya diproduksi dan dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa dilain pihak, umumnya dijual terlebih dahulu baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Kedua pihak mempengaruhi hasil dari jasa tersebut, dalam hubungan penyedia jasa dan pelanggan ini. Efektivitas

individu yang menyampaikan jasa merupakan unsur penting. Dengan demikian, kunci keberhasilan bisnis jasa ada pada proses rekrutmen, kompensasi, pelatihan dan pengembangan karyawan.

3. *Variability*

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis tergantung pada siapa, dan di mana jasa tersebut dihasilkan. Para pembeli jasa sangat peduli dengan variabilitas yang tinggi dan sering kali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih. Dalam hal ini penyedia jasa dapat melakukan tiga tahap dalam pengendalian kualitasnya, yaitu:

- a) Melakukan investasi dalam seleksi dan pelatihan personil yang baik.
- b) Melakukan standarisasi proses pelaksanaan jasa. Hal ini dapat dilakukan dengan jalan menyiapkan suatu cetak biru (*blue-print*) jasa yang menggambarkan peristiwa dan proses data dalam suatu diagram alur, dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor potensial yang dapat menyebabkan kegagalan dalam jasa tersebut.
- c) Membantu kepuasan pelanggan melalui system saran dan keluhan, survei pelanggan, sehingga pelayanan yang kurang baik dapat dideteksi dan dikorelasi.

4. *Perishability*

Jasa merupakan kombinasi tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan atau ditimbun, karena setiap peristiwa biasanya hanya sekali terjadi dalam jangka waktu tertentu. Hal ini tidak menjadi masalah bila permintaannya tetap karena mudah untuk menyiapkan pelayanan terhadap permintaan tersebut sebelumnya. Bila permintaan berfluktuasi, berbagai permasalahan muncul berkaitan dengan kapasitas menganggur (saat permintaan sepi) dan pelanggan tidak terlayani dengan resiko mereka kecewa atau beralih ke penyedia jasa lainnya (saat permintaan puncak).

Produk jasa secara umum dapat digolongkan menjadi dua golongan besar yaitu :

1. Jasa Industri (*Industrial Service*), Jasa industri ini disediakan untuk organisasi dalam bentuk yang luas, termasuk pengolahan, pertambangan, pertanian,

organisasi non laba dan pemerintah.

2. Jasa Konsumen (*Consumer Service*), Jasa ini banyak digunakan secara luas dalam masyarakat, jasa konsumsi ini dapat dibagi dalam tiga golongan yaitu :

a. Jasa Konvenien

Jasa konvenien adalah jasa konsumsi pembeliannya sering dan masyarakat membelinya dengan usaha yang minimal. Lokasi biasanya merupakan variabel pemasaran yang penting bagi jasa konsumen dalam pembelian jasa konvenien.

b. Jasa Shopping

Adalah jasa konsumsi yang dipilih atau dibeli oleh masyarakat sesudah mengadakan perbandingan kualitas, harga dan reputasi. Konsumen membutuhkan informasi untuk membandingkan jasa shopping sehingga komunikasi lebih penting dari pada lokasi variabel pemasaran.

c. Jasa Spesial

Jasa sepesial adalah jasa konsumsi dimana dalam pembeliannya, pembeli harus melakukan usaha pembelian khusus dengan cara tertentu atau dengan pembayaran yang lebih besar. Titik berat usaha pemasaran ini harus diletakan pada pengembangan produk dan pemuasan konsumen. Pengembangan produk atau jasa-jasa ini dapat berarti memberikan waktu dan perhatian kepada pelanggan yang memerlukanya, yang penting jasa tersebut harus dilaksanakan lebih baik dari pesaing.

Beberapa elemen mengenai pemasaran dalam produk jasa meliputi (Swastha, 2000:8):

1. Sikap dan keputusan konsumen yaitu kegunaan nilai dan nilai barang jasa yang tersedia sesuai dengan kemampuan mereka membayar.
2. Sikap dan keputusan produsen yaitu produk jasa yang dijual atau ditawarkan dalam situasi bisnis jangka panjang. Cara produsen dalam mengkomunikasikan produknya dengan konsumen (sebelum, selama , dan setelah penjualan).

2.2.3 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah evaluasi berdasarkan persepsi konsumen terhadap elemen dari pelayanan seperti kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, dan hasil dari pelayanan tersebut (Brady & Cronin, 2001). Kualitas pelayanan juga diukur dengan seberapa baik level pelayanan yang memenuhi ekspektasi konsumen (Parasuraman et al, 1985).

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan menggunakan lima dimensi. Kelima dimensi tersebut menurut Tjiptono (2005) adalah:

1. Bukti fisik (*Tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*Reliability*), adalah kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Ketanggapan (*Responsivness*), adalah keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*Assurance*), adalah mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, resiko, atau keragu-raguan.
5. Empati (*Emphaty*), meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individu pelanggan.

Pelayanan yang berkualitas adalah kemampuan suatu perusahaan menyajikan atau memenuhi apa yang dijanjikan kepada pelanggan. Pelayanan yang berkinerja tinggi tentunya akan memuaskan kebutuhan pelanggan dengan kata lain mampu melebihi harapan dari pelanggan (Tjiptono, 2002). Kualitas pelayanan yang baik sering dikatakan sebagai salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu bisnis. Menurut Tjiptono (2005) kualitas jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka suatu perusahaan dituntut untuk memaksimalkan kualitas pelayanannya agar mampu menciptakan kepuasan para pelanggan.

2.2.4 Kepuasan Konsumen

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketiaktepuasan pelanggan semakin besar

karena pada dasarnya tujuan dari sebuah perusahaan adalah menciptakan rasa puas pada pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, karena pelanggan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk ataupun jasa perusahaan. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan kecil, maka terdapat kemungkinan bahwa pelanggan tersebut akan pindah ke tempat lain.

Menurut Kotler, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler et al., 2000:52). Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan (Tjiptono, 2005 :349)

Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002)

Dari berbagai pendapat yang dilontarkan para ahli bisa disimpulkan definisi kepuasan pelanggan adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

2.2.5 Kansei Engineering

Kansei Engineering adalah metode untuk memastikan bahwa suatu produk atau jasa memenuhi tanggapan emosional yang diinginkan. Proses ini memungkinkan untuk memodelkan perasaan dan emosi pelanggan dan kemudian menerjemahkan ke dalam parameter desain. Kansei Engineering merupakan metode yang memiliki kemampuan untuk menerjemahkan perasaan emosional. Emosi yang dimaksud tidak

hanya berasal dari segi pikiran, namun meliputi penglihatan, perasaan, bau, rasa, serta kognisi akan terlibat secara simultan (Schutte et al., 2008).

Di zaman sekarang, salah satu tren yang berkembang adalah individualitas. Pelanggan cenderung berfokus pada kesan emosional mereka dan bukan pada aspek fungsi dan kegunaan produk. Kansei Engineering akan memenuhi kebutuhan tersebut.

Pendekatan Kansei Engineering fokus hanya pada peancangan produk yang menghasilkan dampak yang signifikan pada kebutuhan emosional pelanggan. Dalam hal yang kompleks, pelanggan dapat mengalami baik objek fisik maupun non-fisik misalnya di restoran, emosi pelanggan dapat dipengaruhi tidak hanya oleh keramahan dari staf, ketepatan tagihan dan kecepatan layanan. Kansei Engineering harus mampu mengakomodir pemeriksaan kedua produk dan jasa dalam satu studi (Schutte et al., 2004).

Pada dasarnya, ada dua jenis atribut layanan (fisik dan non fisik). Apa yang merupakan bagian fisik dapat disebut sebagai ‘*servicescape*’ (Bitner, 1992) atau “berwujud” dimensi dari model kualitas pelayanan (*SERVQUAL*) (Parasuraman et al., 1998). Lin & Wang (2006) mengklasifikasi hal ini menjadi beberapa bagian, seperti isyarat visual (misalnya warna, pencahayaan dan tata letak), isyarat pendengaran (misalnya musik dan suara) dan isyarat penciuman (misal aroma, dan bau). Mengenai atribut non-fisik, ini termasuk aplikasi dari kompetensi khusus (pengetahuan dan ketrampilan) melalui proses, kegiatan dan interaksi, karena itu sebuah layanan harus memperhatikan baik atribut fisik maupun non-fisik untuk dapat mengakomodasi kebutuhan emosional pelanggan.

Dalam penerapannya, menurut (Nagamachi & Lokman, 2011) *Kansei Engineering* memiliki metodologi dasar sebagai berikut :

1. Pemilihan domain

Langkah ini mencakup identifikasi kelompok sasaran, pasar, populasi tertentu dan spesifikasi dari produk baru. Sebagai contoh, sebuah produk kue tart ulang tahun konsumen secara sederhana akan mengekspresikan perasaan psikologisnya. Ekspresi dalam kata-kata verbal seperti “lezat juga nih kueya”, atau “wah harus nih kueya”. Selain itu mungkin juga sebagai non-verbal yang tidak bisa diungkapkan dengan kata-kata seperti apa pengaruhnya jika konsumen dalam kondisi badmood saat dia ingin membeli kue tart tersebut.

2. Perentangan ruang semantik dengan cara mengukur emosi Kansei.

Hal ini dilakukan melalui mengumpulkan Kansei, memilih Kansei, dan menyatukan data. Kansei dapat diperoleh dengan mengembangkan serangkaian metode pengukuran melalui penafsiran perilaku masyarakat dan tindakan, kata-kata (Kansei word), ekspresi wajah, gerak tubuh, dan respon fisiologis. Kansei dipilih dengan melakukan analisis regresi linier berganda.

3. Perentangan ruang properti

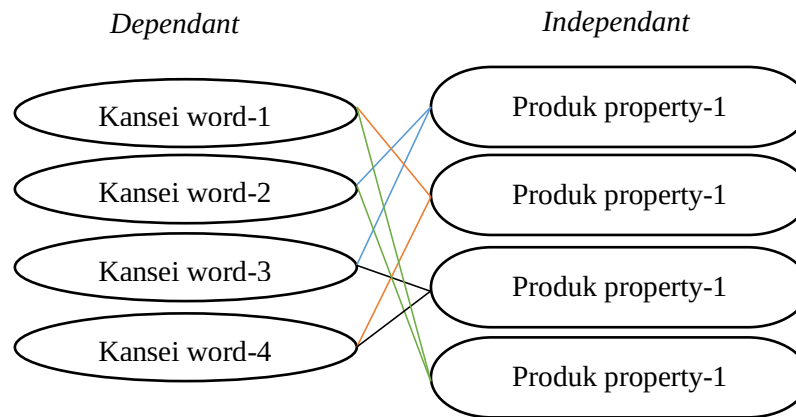
Untuk mengetahui apakah sebuah elemen produk individu atau puluhan elemen dapat memiliki pengaruh besar pada Kansei, hal ini penting untuk mengidentifikasi semua atribut produk dan hanya memilih yang memiliki dampak terbesar atau potensial pada Kansei. Berbagai sumber dapat dilakukan seperti dokumen teknis, perbandingan produk bersaing, majalah, literatur yang relevan, manual, para ahli, pengguna yang berpengalaman, penelitian Kansei, ide, visi, konsep, dan analisis dari penggunaan produk yang sudah ada. Setelah itu, analisis frekuensi seperti diagram pareto dapat digunakan untuk mendapatkan parameter produk atau layanan yang penting.

4. Sintesis

Ruang semantik dan ruang properti dipertemukan dan digabung bersama-sama. Untuk setiap *Kansei word*, sejumlah properti produk diidentifikasi. Dengan kata lain, Kansei adalah fungsi dari sifat produk. Kansei Engineering identifikasi kategori sering digunakan untuk menghubungkan Kansei dan sifat produk.

5. Pemodelan matematis dan uji validitas

Model sederhana adalah $Y_{kansei} = f(\text{atribut produk})$. Dengan memperhatikan respon pelanggan pada properti produk tertentu, setelah melakukan tahapan yang diperlukan langkah terakhir adalah validasi. Hal ini dilakukan untuk memeriksa apakah model yang sudah dibuat adalah yang reliable dan realistis. Skor Kansei dapat diprediksi seperti pada gambar ini :



Gambar 2.1 Ilustrasi Pemodelan Matematis (Schutte et al, 2004)

2.2.6 Analisis Kuadran

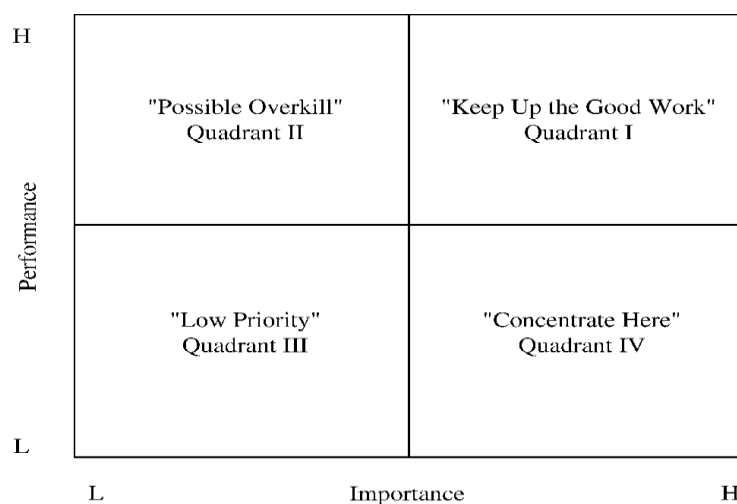
Analisis kuadran atau *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah sebuah teknik analisis deskriptif yang diperkenalkan oleh John Martilla & John James tahun 1997. IPA adalah sebuah teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa yang ditunjukkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan para pengguna jasa mereka (konsumen).

Awalnya Martilla dan James memaksudkan metode ini untuk digunakan dalam bidang riset pemasaran dan perilaku konsumen. Kendati demikian, pada perkembangan selanjutnya, kini penggunaannya telah meluas pada riset-riset pelayanan rumah sakit, pariwisata, sekolah, bahkan hingga analisis atas kinerja birokrasi publik (pemerintahan).

Dalam hal ini IPA tidak hanya menguji performa dari sebuah item tapi juga kepentingan item tersebut sebagai faktor yang menentukan dalam kepuasan pelanggan. Dengan kata lain IPA menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi sekarang yang belum memuaskan. Berikut penjelasan untuk masing-masing kuadran (Brandt, 2004) :

1. Kuadran pertama: Pertahankan Kinerja (*high importance & high performance*). Dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan konsumen sehingga manajemen wajib memastikan kinerja institusinya dapat mempertahankan prestasi yang telah dicapai.

2. Kuadran kedua: Cenderung Berlebihan (*low importance & high performance*). Dianggap tidak terlalu penting sehingga manajemen bisa mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut kepada faktor-faktor lain yang lebih membutuhkan peningkatan penanganan.
3. Kuadran ketiga: Prioritas rendah (*low importance & low performance*). Dianggap mempunyai tingkat kepuasan yang rendah sekaligus dianggap tidak terlalu penting oleh konsumen, sehingga manajemen tidak perlu memprioritaskan faktor tersebut.
4. Kudran keempat: Tingkatkan Kinerja (*high importance & low performance*). Dianggap faktor yang sangat penting namun belum memuaskan untuk kondisi saat ini sehingga harus menjadi perhatian bagi manajemen untuk mengalokasikan sumber daya yang memadai.



Gambar 2.2 Kuadran *Importance Performance Analysis*

Mulanya metoda ini digunakan dalam jasa pelayanan kesehatan dan institusi keuangan. Dalam bidang turis dan wisata dengan memiliki data tentang importance - performance value untuk tiap segmen adalah relevan untuk dipertimbangkan dalam pengembangan dan manajemen untuk dilanjutkan keuangan (Bruyere et al., 2002). Dalam bidang turis dan wisata Bruyere et al.(2002). Dan dengan memiliki data tentang *importance performance value* untuk tiap segmen adalah relevan untuk dipertimbangkan dalam pengembangan dan manajemen untuk dilanjutkan

Metode ini telah terbukti dalam berbagai aplikasi yang relatif mudah dalam administrasi dan interpretasinya yang banyak digunakan oleh peneliti dan manajer dalam banyak bidang. IPA menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dan dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis.

Ada dua macam metode untuk menampilkan data IPA (Martinez, 2003) yaitu:

1. Menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan dengan tujuan untuk mengetahui secara umum penyebaran dan terletak pada kuadran yang mana.
2. 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 yang mana. Metode ini yang lebih banyak dipergunakan oleh peneliti.

Adapun prosedur berkaitan dengan penggunaan metode IPA:

1. Penentuan faktor-faktor yang akan dianalisa
2. Melakukan survei melalui penyebaran kuisioner
3. Menghitung nilai rata-rata tingkat kepuasan dan prioritas penanganan
4. Membuat grafik IPA
5. Melakukan evaluasi terhadap faktor sesuai dengan kuadran masing-masing

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelittian

Penelitian ini dilakukan di *Luxury Internet Cafe* yang berlokasi di Jalan Kaliurang Km. 5.2 Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, yang merupakan salah satu penyedia layanan warung internet di Yogyakarta, Mempunyai lebih dari 50 unit PC dengan kecepatan Internet 100MB. Objek dari penelitian ini adalah pengguna jasa *Luxury Internet Cafe*.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Untuk membantu pemecahan masalah pada penelitian ini diperlukan data-data aktual yang digunakan sebagai dasar proses analisa penelitian. Adapun data-data yang diperlukan dan metode pengumpulan data untuk mendukung pemecahan masalah tersebut adalah:

3.2.1 Studi pustaka

Studi pustaka dilakukan agar peneliti dapat mengerti teori ataupun konsep dasar yang berkaitan dengan masala yang sedang diteliti. Studi ini dilakukan dengan membaca dan mempelajari beberapa referensi seperti jurnal dan tulisan-tulisan ilmiah yang berhubungan dengan tema penelitian sehingga dapat digunakan sebagai landasan yang kuat dalam analisis penelitian, seperti referensi tentang metode IPA, metode Kansei, uji validitas dan uji realibilitas.

3.2.2 Penelitian Lapangan

Kegiatan dalam penelitian lapangan antara lain :

- a. Observasi

Observasi merupakan metode yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan.

b. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan alat atau teknik pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan kepada responden untuk diisi dan kemudian akan dikembalikan lagi kepada peneliti. Jenis kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner tertutup yang artinya responden tidak diberi kesempatan untuk memberi jawaban lain, karena jawabannya sudah ditentukan sebelumnya. Tujuan dari kuisisioner ini agar peneliti dapat mengetahui layanan yang diberikan oleh *Luxury Internet Cafe*, dari kuisisioner awal di dapatkan *profile* pelanggan *Luxury Internet Cafe* mulai dari jenis kelamin, usia, sampai penilaian pelanggan terhadap pelayanan *Luxury Internet Cafe* berdasarkan lima dimensi faktor kualitas pelayanan, yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) menggunakan penilaian skala *Likert*.

c. Data Institusi

Data yang didapatkan dari literatur yang berasal dari tempat penelitian yang bersangkutan.

3.3 Penentuan Jumlah Sampel

Pada suatu penelitian yang menggunakan kuisisioner sebagai input, biasanya dilakukan uji kecukupan data untuk menentukan berapa banyak jumlah sampel yang digunakan. Penentuan jumlah sampel yang populasinya belum diketahui dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = p(1 - p) \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{SE} \right]^2 \quad (\text{persamaan 3.1})$$

Dimana :

n : jumlah sampel

p : proporsi sebenarnya dari populasi

SE : sampling error (kesalahan sampling)

$Z_{\alpha/2}$: faktor tingkat keyakinan

3.4 Pengolahan Data

Data-data awal yang telah dikumpulkan kemudian diolah sehingga dapat menjadi data yang lebih berarti dan dapat dijadikan dasar bagi proses selanjutnya. Adapun langkah-langkah yang harus ditempuh untuk mengolah data dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas data hasil kuisioner.

3.4.1 Uji Validitas

Data yang diolah dalam uji validitas adalah data tingkat kepentingan serta tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan, dan juga data bagian *Kansei words*. Uji validitas dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menentukan Hipotesis
 H_0 :Skor atribut berkorelasi positif dengan skor faktor (valid)
 H_1 : Skor atribut tidak berkorelasi positif dengan skor faktor (tidak valid)
- b. Menentukan Nilai r_{tabel}
 Dengan tingkat signifikansi 5% derajat kebebasan (df) = $n-2$, maka nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r.
- c. Menentukan Nilai r_{hitung}
 r_{hitung} dapat dihidung dengan menggunakan *software SPSS 16.0*, dengan langkah software sebagai berikut :
 1. Memasukan seluruh koefisien atau variabel pertanyaan yang ada didalam kuisioner pada *variable view*.
 2. Melakukan *input* data menggunakan lambang $X_1, X_2, \dots, X_i$ kedalam *data view*.
 3. Mengklik *Analyze-Scale-Reliability Analysis*.
 4. Memasukan semua atribut pertanyaan kuisioner ke dalam item.
 5. Pada bagian *statistics* aktifkaan kotak cek *item, Scale, Scale if item deleted*.
 6. Mengklik *continue-ok*.

Langkah-langkah ini dilakukan sampai semua data valid. Hasil perhitungan r_{hitung} pada software SPSS 16.0 dapat dilihat pada nilai *Corrected Item-Total Correlation*.

- d. Membandingkan besar nilai r_{tabel} dengan r_{hitung}
 Jika nilai r_{hitung} bernilai positif, serta $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 diterima
 Jika nilai r_{hitung} bernilai positif, serta $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_0 ditolak
 Jika nilai r_{hitung} bernilai negatif, serta $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- e. Membuat kesimpulan, jika semua data atribut tersebut nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka semua atribut telah valid.

3.4.2 Uji Reliabilitas

Data yang diolah dalam uji validitas adalah data tingkat kepentingan serta tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan, dan juga data bagian *Kansei words*. Uji realibilitas dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menentukan Hipotesis
 H_0 : Skor atribut berkorelasi positif dengan skor faktor (*reliable*)
 H_0 : Skor atribut tidak berkorelasi positif dengan skor faktor (tidak *realible*).
- b. Menentukan nilai r_{tabel}
 Dengan tingkat signifikansi 5%, derajat kebebasan $(df)=n-2$, maka nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r
- c. Membandingkan besaran nilai r_{hitung}

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum sj^2}{sx^2} \right] \quad (\text{persamaan 3.2})$$

α = Nilai reliabilitas
 K = Banyak pertanyaan dalam kuesioner
 Sj^2 = varians butir kuesioner
 Sx^2 = Varians total

Selain menggunakan rumus diatas perhitungan juga dapat dilakukan dengan menggunakan *Software SPSS16.0*. Hasil perhitungan r_{hitung} pada *software SPSS 16.0* dapat dilihat pada nilai *Cronbach's Alpha*. Apabila

koefisien reliabilitas mendekati 1, maka kuisioner dikatakan mempunyai reliabilitas baik.

- d. Membandingkan besar nilai r_{tabel} dengan r_{hitung}

Jika nilai r_{hitung} bernilai positif, serta $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima

Jika nilai r_{hitung} bernilai positif, serta $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak

Jika nilai r_{hitung} bernilai negatif, serta $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak

- e. Membuat kesimpulan, jika semua data atribut tersebut nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka semua atribut telah reliabel.

3.5 *Important Performance Analysis (IPA)*

3.5.1 Menentukan Skor Kinerja dan Tingkat Kepentingan

Langkah pertama untuk analisa kuadran adalah menghitung nilai rata-rata skor tingkat kepentingan dan kepuasan kinerja untuk setiap atribut pertanyaan dengan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K} \quad (\text{persamaan 3.3})$$

Dimana :

$\bar{X}_i$ = nilai rata-rata kepuasan kinerja atribut pertanyaan ke- i

$\bar{Y}_i$ = nilai rata-rata kepentingan atribut pertanyaan ke- i

n = jumlah responden

3.5.2 Menentukan Garis Perpotongan Kuadran

Langkah kedua adalah membuat garis perpotongan sumbu X dengan nilai rata-rata $\Sigma (X_i)$, dan sumbu Y dengan nilai rata-rata $\Sigma (\bar{Y}_i)$, pada total atribut pertanyaan dengan rumus :

$$\bar{X}_l = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_i}{n} \quad \bar{Y}_l = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_i}{n} \quad (\text{persamaan 3.4})$$

Dimana:

$\bar{X}_l$ = nilai rata-rata ΣX_i (Grand Mean X)

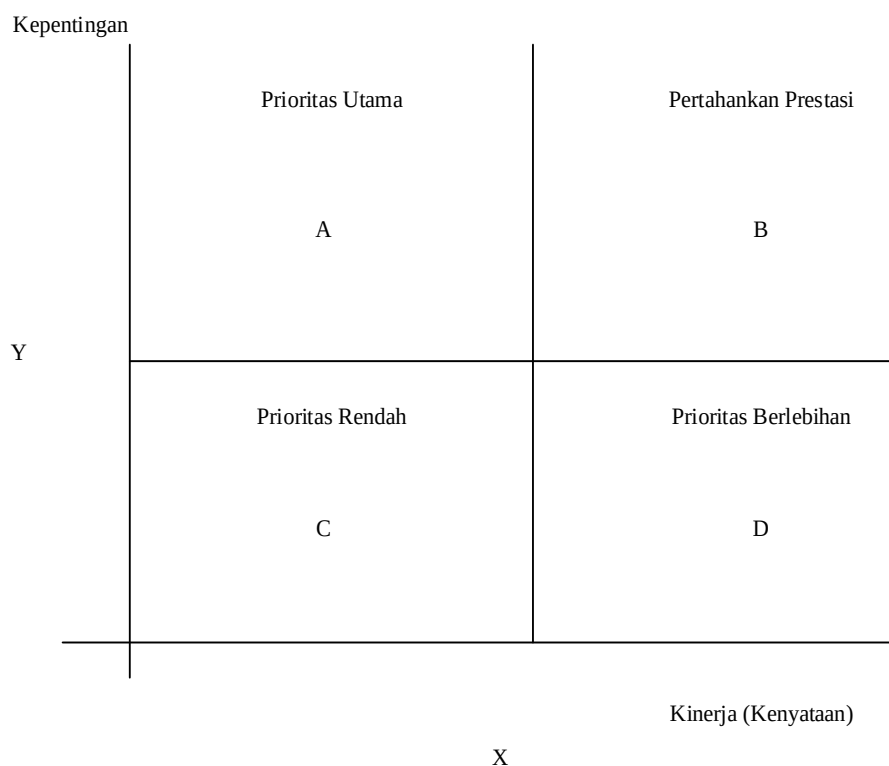
$\bar{Y}_l$ = nilai rata-rata $\Sigma \bar{Y}_i$ (Grand Mean Y)

n = jumlah atribut pertanyaan

Nilai X ini memotong tegak lurus pada sumbu horizontal yakni sumbu yang mencerminkan tingkat *performance*. Sedangkan nilai Y memotong tegak lurus pada sumbu vertikal. Yakni sumbu yang mencerminkan tingkat *importance*. Garis perpotongan inilah yang selanjutnya disebut sebagai diagram IPA yang akan digunakan sebagai alat analisa selanjutnya.

3.5.3 Analisa Diagram IPA

Kemudian nilai-nilai yang sudah didapatkan sebelumnya dari perhitungan nilai rata-rata skor kinerja dan tingkat kepentingan pada tiap atribut pertanyaan kemudian digunakan sebagai koordinat ke dalam diagram IPA yang telah dibuat. Setelah seluruh koordinat telah dimasukkan, lalu dapat dilakukan analisa sesuai dengan metode IPA.



Gambar 3.1 Contoh Diagram Kartesius (Nugraha, 2014)

Diagram ini dibagi menjadi 4 kuadran :

1. Kuadran pertama (A), memerlukan penanganan yang perlu diprioritaskan karena tingkat kepentingan tinggi, sedangkan tingkat kepuasan kinerja rendah. Atribut pertanyaan yang masuk dalam kuadran inilah yang kemudian dijadikan masukan dalam langkah perbaikan.
2. Kuadran kedua (B), disebut dengan daerah yang harus dipertahankan, karena tingkat kepentingan tinggi, dan tingkat kepuasan kinerja juga tinggi.
3. Kuadran ketiga (C), disebut juga sebagai daerah prioritas rendah, karena tingkat kepentingan rendah, sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga rendah.
4. Kuadran keempat (D), dikategorikan sebagai daerah berlebihan, karena tingkat kepentingan rendah, tetapi tingkat kepuasan kinerja tinggi.

3.5.4 Kansei Engineering

Setelah melakukan pengelahan dan menggunakan metode IPA, langkah selanjutnya adalah mengintegrasikan hasil tersebut menggunakan metode Kansei menggunakan metode regresi linear berganda (*Stepwise*). Adapun langkah-langkah Kansei yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pemilihan domain, yaitu memilih domain meliputi definisi kelompok sasaran yang dimaksud dan tipe pengguna, jenis dan ceruk pasar (*market-niche*), dan kelompok produk yang bersangkutan. Memilih dan mendefinisikan domain dilakukan termasuk produk yang sudah ada, konsep dan desain solusi yang belum diketahui.
2. Perentangan ruang semantik, yaitu mengumpulkan sejumlah besar kata yang menjelaskan domain (*Kansei words*). Sumber yang cocok adalah literatur, iklan, daftar spesifikasi, dan lain-lain. Setelah itu dikelompokkan secara manual atau dengan metode matematis. Pada akhirnya terbentuk kata-kata yang mewakili ruang semantik ini. Selain kata-kata, hal ini dapat dilakukan juga dengan pengukuran respon fisiologis, melihat wajah, dan perilaku.
3. Perentangan ruang atribut, mengumpulkan produk yang merepresentasikan domain, mengidentifikasi fitur kunci dan memilih sifat produk untuk evaluasi lebih lanjut.

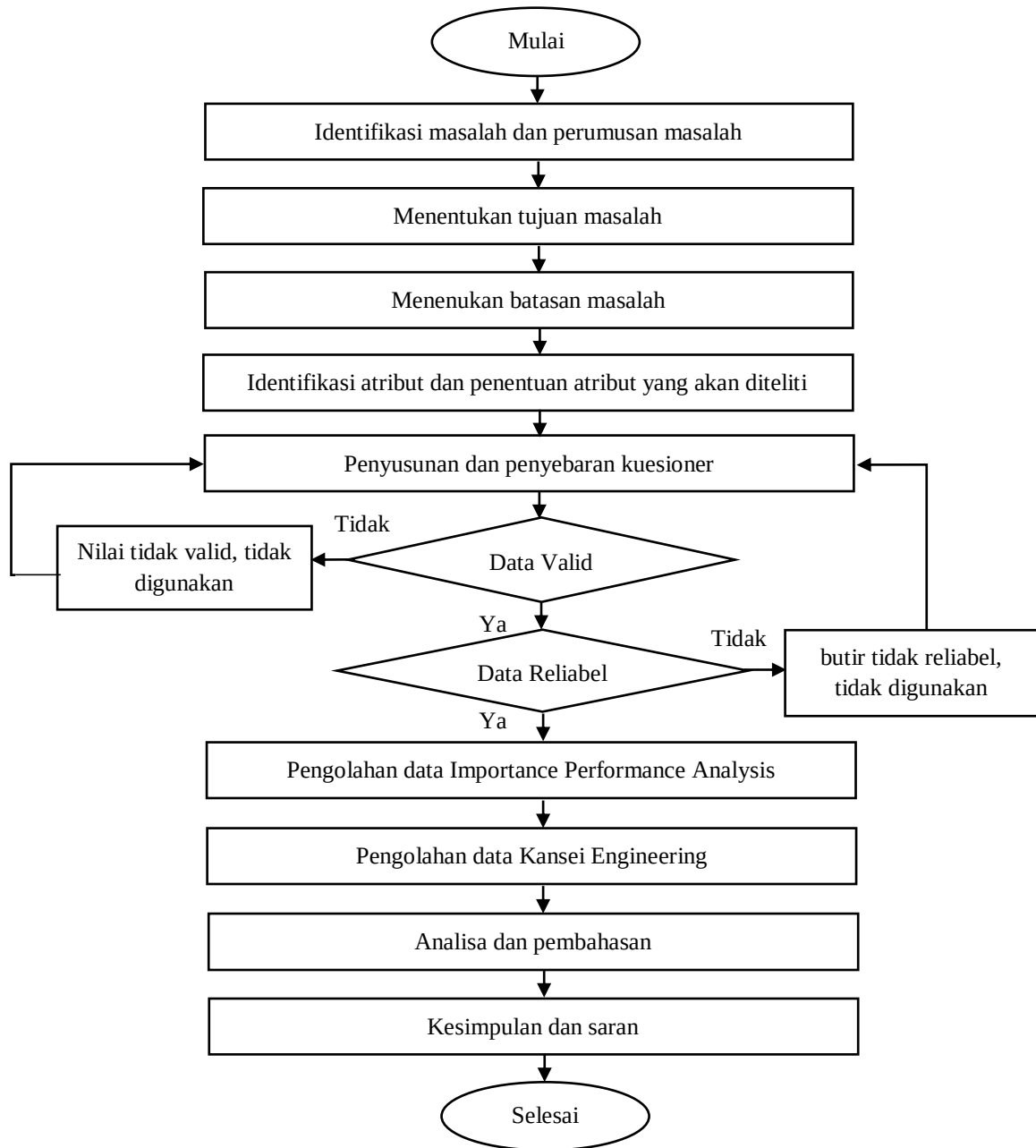
Pengumpulan produk yang merepresentasikan domain dilakukan dari sumber yang berbeda seperti produk yang ada, saran pelanggan, solusi teknis dan konsep desain lain-lain. Untuk memilih mana atribut produk yang memiliki dampak terbesar pada Kansei.

4. Pemodelan dan analisis terapan, langkah ini membangun model kuantitatif antara kebutuhan emosional pelanggan dan atribut layanan, analisis pertama dilakukan dengan memeriksa gap layanan negatif/ negatif gap (yaitu perbedaan negatif antar kualitas pelayanan yang dirasakan dengan yang diharapkan). Untuk setiap negatif gap, diperiksa apakah jumlah Kansei wordnya yang dipengaruhi secara signifikan oleh atribut layanan adalah sama. Jika sama, maka pilih atribut layanan dengan negative gap yang paling negative sebagai prioritas perbaikan, jika tidak pilihlah atribut layanan yang jumlah Kansei wordnya lebih banyak.

3.5.5 Analisa dan Pembahasan

Setelah dilakukan pengolahan data selanjutnya dilakukan langkah analisa dan pembahasan terhadap hasil pengolahan data yang bertujuan untuk mendapatkan prioritas perbaikan atribut layanan pada warnet *luxury* berdasarkan hasil dari diagram kartesius serta pengaruh *Kansei word* terhadap atribut tersebut.

3.5.6 Flowchart Penelitian



Gambar 3.2 Flowchart Diagram

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah tahapan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi ataupun data yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Pengambilan data dilakukan di *Luxury Internet Cafe* yang berlokasi di jalan Kaliurang Km 5.2 Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Luxury* beroperasi sejak 2014 dan sudah memiliki karyawan sebanyak 30 orang. *Luxury* beroperasi di bidang penyedia layanan warung internet. Dalam penelitian ini pengambilan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang ditunjukkan kepada responden untuk dijawab sesuai dengan penilaian dan pernyataan responden. Dalam penelitian ini digunakan dua jenis kuesioner. Dari hasil kuesioner pertama akan didapati hasil berupa atribut-atribut yaitu *voice of customer*. Atribut-atribut ini akan dijadikan pertanyaan pada kuesioner selanjutnya.

Kemudian setelah dilakukan pengumpulan data maka langkah selanjutnya adalah pengolahan data. Dimana dalam pengolahan data ini akan dilakukan uji kecukupan data, uji validitas, uji reliabilitas. Karena setelah iterasi pertama semua instrumen penelitian telah dinyatakan valid dan *reliabel* sehingga tidak diperlukan iterasi berikutnya karena iterasi dilakukan jika masih terdapat instrumen yang tidak valid pada iterasi/pengujian validitas sebelumnya. Selanjutnya yaitu *Important Performance Analysis (IPA)*, dengan metode ini akan didapatkan atribut-atribut pertanyaan apa saja yang perlu dilakukan perbaikan dengan metode *Kansei Engineering*.

4.1.1 Kuesioner

Dari hasil kuesioner pertama yang telah disebarkan, maka didapatkan beberapa atribut, dimana atribut-atribut ini merupakan suara responden yang sering muncul pada kuesioner pertama ini. Dalam penelitian ini didapatkan sebanyak 22 atribut dan didapatkan 9 *Kansei Word* yang nantinya akan dijadikan pertanyaan atau dasar

pembuatan kuesioner selanjutnya. Adapun atribut-atribut yang didapat adalah seperti yang dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.1 Atribut – Atribut Layanan

No	Atribut Layanan
Berwujud/Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>)	
1	Desain interior ruangan warnet yang menarik
2	Area Parkir yang luas
3	Ruang tunggu yang nyaman (luas, tersedia majalah, tv, dll)
4	Penampilan staff yang menarik
5	Area warnet yang selalu bersih
6	Bilik warnet yang nyaman
7	Ketersediaan toilet bersih
Kehandalan (<i>Reliability</i>)	
8	Layanan internet yang cepat dan stabil
9	Perangkat komputer (PC, <i>mouse</i> , <i>keyboard</i>) yang modern
10	Kesesuaian harga dengan fasilitas yang didapatkan
11	Ketersediaan fasilitas penunjang (<i>Scanning</i> , <i>printing</i> , kabel data)
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	
12	Kecepatan karyawan dalam memenuhi keinginan atau menanggapi keluhan
13	Ketepatan karyawan dalam memenuhi keinginan atau menanggapi keluhan
14	Tanggap terhadap keluhan konsumen
Jaminan (<i>Assurance</i>)	
15	Rasa aman beraktifitas di area warnet <i>Luxury</i>
16	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani tamu
17	Karyawan berada ditempat pada waktu yang dibutuhkan
18	Karyawan cakap dalam melakukan tugasnya
19	Kemudahan pengunjung dalam meminta bantuan
Empati (<i>Empathy</i>)	
20	Karyawan menerapkan salam, sapa, dan senyum kepada pengunjung
21	Layanan yang diberikan sama baik pada semua pengunjung
22	Adanya permohonan maaf bila terjadi kesalahan dalam pelayanan

Dari tabel 4.1 maka dapat dilihat bahwa terdapat sebanyak 22 atribut dari hasil kuesioner pertama. Kemudian setelah didapatkan atribut – atribut maka langkah selanjutnya adalah membuat kuesioner kedua. Dalam kuesioner kedua ini atribut – atribut dijadikan pertanyaan untuk mendapatkan tingkat kepentingan konsumen dan indeks kinerja dari warnet *Luxury* tersebut, dimana setiap pertanyaan memiliki lima pilihan jawaban dalam skala linkert yang mempunyai bobot berbeda – beda. Adapun intepretasi jawaban dari tingkat kepentingan adalah sebagai berikut :

- 1 = Tidak Penting 4 = Penting
- 2 = Kurang Penting 5 = Sangat Penting
- 3 = Cukup Penting

Sedangkan untuk skala kinerja adalah sebagai berikut :

- 1 = Tidak Puas 4 = Puas
- 2 = Kurang Puas 5 = Sangat Puas
- 3 = Cukup Puas

Tabel 4.2 Rekapitulasi Kuesioner II Tingkat Kepentingan

No	Atribut Layanan	1	2	3	4	5	Jumlah
Berwujud/Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>)							
1	Desain interior ruangan warnet yang menarik	0	5	60	13	2	80
2	Area Parkir yang luas	0	0	19	59	2	80
3	Ruang tunggu yang nyaman (luas, tersedia toilet, majalah, tv, dll)	0	0	14	63	3	80
4	Penampilan staff yang menarik	0	0	65	14	1	80
5	Area warnet yang selalu bersih	0	0	35	43	2	80
6	Bilik warnet yang nyaman	0	0	26	51	3	80
7	Ketersediaan toilet bersih	0	0	12	66	2	80
Kehandalan (<i>Reliability</i>)							
8	Layanan internet yang cepat dan stabil	0	0	26	45	9	80
9	Perangkat komputer (PC, <i>mouse</i> , <i>keyboard</i>) yang modern	0	0	31	42	7	80
10	Kesesuaian harga dengan fasilitas yang didapatkan	0	0	40	39	1	80
11	Ketersediaan fasilitas penunjang (<i>Scanning</i> , <i>printing</i> , kabel data)	0	1	17	59	3	80
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)							
12	Kecepatan karyawan dalam memenuhi keinginan atau menanggapi keluhan	0	1	66	10	3	80
13	Ketepatan karyawan dalam memenuhi keinginan atau menanggapi keluhan	0	2	64	11	3	80
14	Tanggap terhadap keluhan konsumen	0	1	45	30	4	80
Jaminan (<i>Assurance</i>)							
15	Rasa aman beraktifitas di area <i>Luxury</i>	0	0	28	48	4	80
16	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani tamu	0	0	37	41	2	80
17	Karyawan berada ditempat pada waktu yang dibutuhkan	0	2	47	29	2	80
18	Karyawan cakap dalam melakukan tugasnya	0	0	59	19	2	80
19	Kemudahan pengunjung dalam meminta bantuan	0	2	49	27	2	80
Empati (<i>Empathy</i>)							
20	Karyawan menerapkan salam, sapa, dan senyum kepada pengunjung	0	0	29	49	2	80
21	Layanan yang diberikan sama baik pada semua pengunjung	0	1	49	28	2	80
22	Adanya permohonan maaf bila terjadi kesalahan dalam pelayanan	0	1	60	17	2	80

Tabel 4.3 Rekapitulasi Kuesioner II Kepuasan Konsumen

No	Atribut Layanan	1	2	3	4	5	Jumlah
Berwujud/Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>)							
1	Desain interior ruangan warnet yang menarik	0	0	53	21	6	80
2	Area Parkir yang luas	0	23	44	12	1	80
3	Ruang tunggu yang nyaman (luas, tersedia toilet, majalah, tv, dll)	0	0	10	66	4	80
4	Penampilan staff yang menarik	0	1	36	43	0	80
5	Area warnet yang selalu bersih	0	1	32	45	2	80
6	Bilik warnet yang nyaman	0	1	16	62	1	80
7	Ketersediaan toilet bersih	0	2	59	19	0	80
Kehandalan (<i>Reliability</i>)							
8	Layanan internet yang cepat dan stabil	0	0	18	56	6	80
9	Perangkat komputer (PC, <i>mouse</i> , <i>keyboard</i>) yang modern	0	1	47	31	1	80
10	Kesesuaian harga dengan fasilitas yang didapatkan	0	0	49	30	1	80
11	Ketersediaan fasilitas penunjang (<i>Scanning</i> , <i>printing</i> , kabel data)	0	6	65	9	0	80
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)							
12	Kecepatan karyawan dalam memenuhi keinginan atau menanggapi keluhan	0	0	69	10	1	80
13	Ketepatan karyawan dalam memenuhi keinginan atau menanggapi keluhan	0	2	68	10	0	80
14	Tanggap terhadap keluhan konsumen	0	0	47	32	1	80
Jaminan (<i>Assurance</i>)							
15	Rasa aman beraktifitas di area warnet <i>Luxury</i>	0	1	32	46	1	80
16	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani tamu	0	1	2	77	0	80
17	Karyawan berada ditempat pada waktu yang dibutuhkan	0	1	47	32	0	80
18	Karyawan cakap dalam melakukan tugasnya	0	0	38	42	0	80
19	Kemudahan pengunjung dalam meminta bantuan	0	0	41	37	2	80
Empati (<i>Empathy</i>)							
20	Karyawan menerapkan salam, sapa, dan senyum kepada pengunjung	0	0	3	54	23	80
21	Layanan yang diberikan sama baik pada semua pengunjung	0	1	38	41	0	80
22	Adanya permohonan maaf bila terjadi kesalahan dalam pelayanan	0	1	53	26	0	80

Tabel 4.4 Rekapitulasi Kuesioner II *Kansei Engineering*

No	Kansei words	1	2	3	4	5
1	Bersahabat	0	0	1	63	16
2	Nyaman	0	1	40	38	1
3	Puas	0	6	68	6	0
4	Percaya	0	0	49	31	0
5	Tenang	0	8	55	17	0
6	Modern	0	0	29	50	1
7	Bersih	0	0	26	53	1
8	Menyenangkan	0	0	17	56	7
9	Bagus	0	0	12	61	7

4.2 Pengolahan Data

4.2.1 Uji Kecukupan Data

Pada suatu penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai *input*, biasanya dilakukan uji kecukupan data untuk menentukan berapa banyak jumlah sampel yang digunakan. Penentuan jumlah sampel yang populasinya belum diketahui dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = p(1 - p) \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{SE} \right]^2 \quad (\text{persamaan 4.1})$$

Dimana :

n : jumlah sampel

p : proporsi sebenarnya dari populasi

SE : sampling error (kesalahan sampling)

$Z_{\alpha/2}$: faktor tingkat keyakinan

Dikarenakan proporsi populasi p tidak diketahui, maka diasumsikan bahwa p adalah maksimum.

$$f(p) = p - p^2$$

$$\frac{df(p)}{d(p)} = 1 - 2p \quad (\text{persamaan 4.2})$$

$$\frac{df(p)}{d(p)} \text{ maksimal jika } \frac{df(p)}{d(p)} = 0$$

$$0 = 1 - 2p$$

$$-1 = -2p$$

$$p = 0,5$$

$$\text{tingkat kepercayaan} = 90\%$$

$$\text{derajat ketelitian } (\alpha) = 10\% = 0,1$$

$$\frac{\alpha}{2} = 0,05; z_{\frac{\alpha}{2}} = 1,645$$

$$E = 0,1$$

Dari data diatas, maka dapat ditentukan jumlah sampel penelitian yang dibutuhkan adalah :

$$n = 0,5 (1 - 0,5) \left(\frac{1,645}{0,1}\right)^2$$

$$n = 67,68 \text{ responden} \Rightarrow 68 \text{ responden}$$

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel sudah cukup karena jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 80 buah. Dan jumlah kuesioner tersebut ≥ 68 responden.

4.2.2 Uji Validitas

- a. Menentukan Hipotesis

Ho :Skor atribut berkorelasi positif dengan skor faktor (valid)

Hi : Skor atribut tidak berkorelasi positif dengan skor faktor (tidak valid)

- b. Menentukan Nilai r_{tabel}

Dengan tingkat signifikan 5%, derajat kebebasan $df = n - 2$, dalam penelitian ini $df = 80 - 2 = 78$. Sehingga nilai $r_{\text{tabel}} = 0,219$

- c. Menentukan Nilai r_{hitung}

Nilai r_{hitung} diperoleh setelah melakukan penolahan data dengan menggunakan SPSS 17.0. Nilai r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *output* SPSS 17.0 pada nilai *Corrected Item – Total Correlation*.

d. Membandingkan besar nilai r_{tabel} dengan r_{hitung}

Jika nilai r_{hitung} bernilai positif, serta $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika nilai r_{hitung} bernilai positif, serta $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Jika nilai r_{hitung} bernilai negatif, serta $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 ditolak

e. Membuat Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan *software SPSS 16.0* didapati hasil bahwa kuesioner yang telah disebar memenuhi fungsi $r_{hitung} > r_{tabel}$, seluruh atribut menghasilkan nilai r_{hitung} yang lebih besar dibandingkan r_{tabel} sehingga dinyatakan valid. Dapat dilihat pada tabel 4.4 dan 4.5 dibawah.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan

No	Atribut Layanan	r Hitung	r Tabel	Status
Berwujud/Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>)				
1	Desain interior ruangan warnet yang menarik	0.466	0.219	Valid
2	Area Parkir yang luas	0.421	0.219	Valid
3	Ruang tunggu yang nyaman (luas, tersedia toilet, majalah, tv, dll)	0.237	0.219	Valid
4	Penampilan staff yang menarik	0.369	0.219	Valid
5	Area warnet yang selalu bersih	0.300	0.219	Valid
6	Bilik warnet yang nyaman	0.377	0.219	Valid
7	Ketersediaan toilet bersih	0.505	0.219	Valid
Kehandalan (<i>Reliability</i>)				
8	Layanan internet yang cepat dan stabil	0.457	0.219	Valid
9	Perangkat komputer (PC, mouse, keyboard) yang modern	0.508	0.219	Valid
10	Kesesuaian harga dengan fasilitas yang didapatkan	0.324	0.219	Valid
11	Ketersediaan fasilitas penunjang (Scanning, printing, kabel data)	0.506	0.219	Valid
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)				
12	Kecepatan karyawan dalam memenuhi keinginan atau menanggapi keluhan	0.782	0.219	Valid
13	Ketepatan karyawan dalam memenuhi keinginan atau menanggapi keluhan	0.742	0.219	Valid
14	Tanggap terhadap keluhan konsumen	0.515	0.219	Valid
Jaminan (<i>Assurance</i>)				
15	Rasa aman beraktifitas di area warnet <i>Luxury</i>	0.554	0.219	Valid
16	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani tamu	0.357	0.219	Valid
17	Karyawan berada ditempat pada waktu yang dibutuhkan	0.509	0.219	Valid
18	Karyawan cakap dalam melakukan tugasnya	0.576	0.219	Valid
19	Kemudahan pengunjung dalam meminta bantuan	0.679	0.219	Valid
Empati (<i>Empathy</i>)				
20	Karyawan menerapkan salam, sapa, dan senyum kepada pengunjung	0.446	0.219	Valid
21	Layanan yang diberikan sama baik pada semua pengunjung	0.422	0.219	Valid
22	Adanya permohonan maaf bila terjadi kesalahan dalam pelayanan	0.587	0.219	Valid

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kinerja

No	Atribut Layanan	r Hitung	r Tabel	Status
Berwujud/Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>)				
1	Desain interior ruangan warnet yang menarik	0.315	0.219	Valid
2	Area Parkir yang luas	0.335	0.219	Valid
3	Ruang tunggu yang nyaman (luas, tersedia toilet, majalah, tv, dll)	0.249	0.219	Valid
4	Penampilan staff yang menarik	0.315	0.219	Valid
5	Area warnet yang selalu bersih	0.341	0.219	Valid
6	Bilik warnet yang nyaman	0.281	0.219	Valid
7	Ketersediaan toilet bersih	0.489	0.219	Valid
Kehandalan (<i>Reliability</i>)				
8	Layanan internet yang cepat dan stabil	0.278	0.219	Valid
9	Perangkat komputer (PC, mouse, keyboard) yang modern	0.312	0.219	Valid
10	Kesesuaian harga dengan fasilitas yang didapatkan	0.421	0.219	Valid
11	Ketersediaan fasilitas penunjang (Scanning, printing, kabel data)	0.554	0.219	Valid
12	Kecepatan karyawan dalam memenuhi keinginan atau menanggapi keluhan	0.471	0.219	Valid
13	Ketepatan karyawan dalam memenuhi keinginan atau menanggapi keluhan	0.430	0.219	Valid
14	Tanggap terhadap keluhan konsumen	0.286	0.219	Valid
Jaminan (<i>Assurance</i>)				
15	Rasa aman beraktifitas di area warnet <i>Luxury</i>	0.389	0.219	Valid
16	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani tamu	0.220	0.219	Valid
17	Karyawan berada ditempat pada waktu yang dibutuhkan	0.283	0.219	Valid
18	Karyawan cakap dalam melakukan tugasnya	0.268	0.219	Valid
19	Kemudahan pengunjung dalam meminta bantuan	0.320	0.219	Valid
Empati (<i>Empathy</i>)				
20	Karyawan menerapkan salam, sapa, dan senyum kepada pengunjung	0.395	0.219	Valid
21	Layanan yang diberikan sama baik pada semua pengunjung	0.284	0.219	Valid
22	Adanya permohonan maaf bila terjadi kesalahan dalam pelayanan	0.385	0.219	Valid

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas *Kansei*

No	Kansei Word	r Hitung	r Tabel	Status
1	Bersahabat	0.401	0.219	Valid
2	Nyaman	0.289	0.219	Valid
3	Puas	0.286	0.219	Valid
4	Percaya	0.290	0.219	Valid
5	Tenang	0.232	0.219	Valid
6	Modern	0.227	0.219	Valid
7	Bersih	0.295	0.219	Valid
8	Menyenangkan	0.497	0.219	Valid
9	Bagus	0.460	0.219	Valid

Atribut-atribut pelayanan serta *kansei word* dinyatakan valid apabila nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih dari atau sama dengan 0,219 ($df=n-2$). Jumlah responden dalam melakukan uji validitas dan uji reliabilitas berjumlah 80 orang. Berdasarkan pengujian yang dilakukan dengan *software* SPSS, dapat dilihat bahwa tidak terdapat nilai yang lebih kecil dari 0.219, sehingga seluruh *Kansei word* dinyatakan valid.

4.2.3 Uji Reliabilitas

a. Menentukan Hipotesis

H_0 : Skor atribut berkorelasi positif dengan skor faktor (*reliable*)

H_0 : Skor atribut tidak berkorelasi positif dengan skor faktor (tidak *realible*).

b. Menentukan nilai r_{tabel}

Dengan tingkat signifikan 5%, derajat kebebasan $df = n - 2$, dalam penelitian ini $df = 80 - 2 = 78$. Sehingga nilai $r_{\text{tabel}} = 0,219$

c. Menentukan nilai *Cronbach's Alpha*

Dengan menggunakan *software* SPSS 17.0 didapati hasil *Cronbach's Alpha*.

d. Membandingkan besar nilai r_{tabel} dengan r_{hitung}

Jika nilai $r_{\text{Cronbach's Alpha}}$ bernilai positif, serta $r_{\text{Cronbach's Alpha}} > r_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima.

Jika nilai $r_{\text{Cronbach's Alpha}}$ bernilai positif, serta $r_{\text{Cronbach's Alpha}} < r_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak.

Jika nilai $r_{\text{Cronbach's Alpha}}$ bernilai negatif, serta $r_{\text{Cronbach's Alpha}} > r_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak.

e. Membuat kesimpulan.

Dari hasil pengolahan data menggunakan *Software SPSS 17.0*, *Cronbach's Alpha* disetiap atribut kuesioner didapati hasil $r_{Cronbach's Alpha}$ bernilai positif, serta $r_{Cronbach's Alpha} > r_{tabel}$ maka H_0 diterima sehingga semua atribut adalah reliabel. Berikut hasil perhitungan uji reliabilitas :

Tabel 4.8 Hasil *Cronbach's Alpha* Tingkat Kepentingan *Luxury*

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0.887	22

Tabel 4.9 Hasil *Cronbach's Alpha* Kinerja *Luxury*

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0.788	22

Tabel 4.10 Hasil *Cronbach's Alpha* Kansei Engineering

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.675	9

Dapat dilihat Hasil pengujian reliabilitas menggunakan SPSS, nilai *Cronbach's Alpha* dari tingkat kepentingan *luxury*, kinerja *luxury*, dan *Kansei Engineering* semuanya diatas 0.219 dan juga termasuk kedalam kategori *acceptable*. Ketiga data tersebut dinyatakan konsisten dan akurat sehingga dapat digunakan untuk menentukan prioritas perbaikan layanan *luxury*

4.3 Important Performance Analysis (IPA)

4.3.1 Menentukan Skor Kinerja dan Tingkat Kepentingan

Langkah pertama untuk analisa kuadran adalah menghitung nilai rata-rata skor tingkat kepentingan dan kepuasan kinerja untuk setiap atribut pertanyaan dengan rumus:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \text{ dan } \bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad (\text{persamaan 4.3})$$

Dimana :

$\bar{X}_i$ = nilai rata-rata kepuasan kinerja atribut pertanyaan ke- i

$\bar{Y}_i$ = nilai rata-rata kepentingan atribut pertanyaan ke- i

$n =$ jumlah responden

$$\bar{X}_i = \frac{5+5+3+3+4+3+\dots+4+3}{80}$$

$$\bar{X}_i = \frac{299}{80}$$

$$\bar{X}_i = 3.74$$

Nilai $\bar{X}_i$ dan $\bar{Y}_i$ secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4.11 Nilai $\bar{X}_i$ dan $\bar{Y}_i$

No	Atribut Layanan	ΣX_i	ΣY_i	$\bar{X}_i$	$\bar{Y}_i$
Berwujud/Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>)					
1	Desain interior ruangan warnet yang menarik	273	252	3.41	3.15
2	Area Parkir yang luas	231	303	2.89	3.79
3	Ruang tunggu yang nyaman (luas, tersedia toilet, majalah, tv, dll)	314	309	3.92	3.86
4	Penampilan staff yang menarik	282	256	3.52	3.2
5	Area warnet yang selalu bersih	288	287	3.6	3.59
6	Bilik warnet yang nyaman	303	297	3.79	3.71
7	Ketersediaan toilet bersih	257	310	3.21	3.78
Kehandalan (<i>Reliability</i>)					
8	Layanan internet yang cepat dan stabil	308	303	3.85	3.7
9	Perangkat komputer (PC, mouse, keyboard) yang modern	272	296	3.4	3.7
10	Kesesuaian harga dengan fasilitas yang didapatkan	272	281	3.4	3.51
11	Ketersediaan fasilitas penunjang (Scanning, printing, kabel data)	243	304	3.04	3.8
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)					
12	Kecepatan karyawan dalam memenuhi keinginan atau menanggapi keluhan	252	255	3.15	3.19
13	Ketepatan karyawan dalam memenuhi keinginan atau menanggapi keluhan	248	255	3.1	3.19
14	Tanggap terhadap keluhan konsumen	274	277	3.42	3.46
Jaminan (<i>Assurance</i>)					
15	Rasa aman beraktifitas di area warnet <i>Luxury</i>	287	296	3.59	3.7
16	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani tamu	316	285	3.95	3.65
17	Karyawan berada ditempat pada waktu yang dibutuhkan	271	271	3.39	3.39
18	Karyawan cakap dalam melakukan tugasnya	282	263	3.52	3.29
19	Kemudahan pengunjung dalam meminta bantuan	281	269	3.51	3.36
Empati (<i>Empathy</i>)					
20	Karyawan menerapkan salam, sapa, dan senyum kepada pengunjung	340	293	4.25	3.66
21	Layanan yang diberikan sama baik pada semua	280	271	3.5	3.39

22	pengunjung Adanya permohonan maaf bila terjadi kesalahan dalam pelayanan	265	260	3.31	3.25
				76.73	77.41

4.3.2 Menentukan Garis Perpotongan Kuadran

Langkah kedua adalah membuat garis perpotongan sumbu X dengan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{k} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{k} \quad (\text{persamaan 4.4})$$

Dimana:

$\bar{X}$ = nilai rata-rata $\sum \bar{X}_i$

$\bar{Y}$ = nilai rata-rata $\sum \bar{Y}_i$

k = jumlah atribut pertanyaan

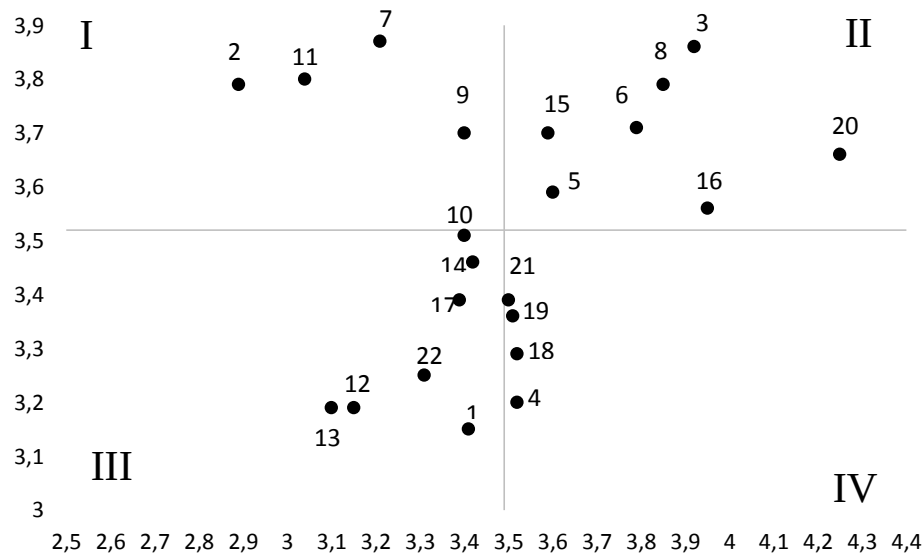
$$\bar{X} = \frac{76.73}{22}; \bar{X} = 3.49$$

$$\bar{Y} = \frac{77.41}{22}; \bar{Y} = 3.52$$

Nilai $\bar{X} = 3.49$ ini memotong tegak lurus pada sumbu horisontal, yaitu sumbu yang mencerminkan tingkat *performance*. Sedangkan nilai $\bar{Y} = 3.52$ memotong tegak lurus sumbu vertikal, yaitu sumbu yang mencerminkan nilai *importance*. Garis perpotongan inilah yang selanjutnya disebut diagram Kartesius.

4.3.3 Analisis Diagram Kartesius

Nilai $\bar{X}_i$ dan $\bar{Y}_i$ seperti pada tabel 4.8 kemudian dijadikan sebagai titik koordinat, tiap atribut pertanyaan ke dalam diagram IPA yang terbentuk dari garis perpotongan kuadran $\bar{X} = 3.49$ dan $\bar{Y} = 3.52$. Dari diagram ini kemudian dapat digolongkan sesuai dengan analisa metode IPA. Adapun titik koordinat atribut pertanyaan dapat dilihat pada tabel 4.11, sedangkan bentuk diagram Kartesius dapat dilihat pada gambar 4.1.



Gambar 4.1 Diagram Kartesius

Dari diagram IPA tersebut dapat dilihat atribut-atribut pertanyaan di empat kuadran IPA yang akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Atribut (2) Area parkir yang luas, (7) Ketersediaan toilet bersih, (9) Perangkat komputer (PC, *mouse*, *keyboard*), (11) Ketersediaan fasilitas penunjang (*Scanning*, *printing*, kabel data) adalah atribut yang masuk ke dalam kuadran I dimana responden menganggap atribut pertanyaan tersebut penting, tetapi kinerja *Luxury* masih rendah/kurang memuaskan sehingga penting untuk dilakukan perbaikan.
2. Atribut (3) Ruang tunggu yang nyaman, (5) Area warnet yang selalu bersih, (6) Bilik warnet yang nyaman, (8) Layanan internet yang cepat dan stabil, (15) Rasa aman beraktifitas di area warnet *Luxury*, (16) Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani tamu, (20) Karyawan menerapkan salam, sapa, dan senyum kepada pengunjung masuk ke dalam kuadran II dimana atribut-atribut pertanyaan ini dianggap penting oleh responden, dan indeks kepuasan *Luxury* sudah dianggap memuaskan, sehingga kinerja *Luxury* perlu dipertahankan.

3. Atribut pertanyaan (1) Desain interior ruangan warnet yang menarik, (10) Kesesuaian harga dengan fasilitas yang didapatkan, (12) Kecepatan karyawan dalam memenuhi keinginan atau menanggapi keluhan, (13) Ketepatan karyawan dalam memenuhi keinginan atau menanggapi keluhan, (14) Tanggap terhadap keluhan konsumen, (17) Karyawan berada ditempat pada waktu yang dibutuhkan, (22) Adanya permohonan maaf bila terjadi kesalahan dalam pelayanan adalah atribut yang masuk ke dalam kuadran III dimana indeks kinerja *Luxury* pada atribut-atribut pertanyaan ini rendah dan tingkat kepentingannya juga tidak terlalu penting. Sehingga untuk atribut-atribut pertanyaan ini *Luxury* tidak perlu memprioritaskannya.
4. Atribut pertanyaan (4) Penampilan staff yang menarik, (18) Karya cakap dalam melakukan tugasnya, (19) Kemudahan pengunjung dalam meminta bantuan, (21) Layanan yang diberikan sama baik pada semua pengunjung masuk ke dalam kuadran IV dimana indeks kinerja *Luxury* tinggi, sedangkan tingkat kepentingannya rendah atau tidak terlalu penting sehingga dianggap berlebihan. Sebaiknya *Luxury* mengalokasikan sumber daya yang terkait pada atribut – atribut ini kepada atribut – atribut lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi atau yang dianggap penting, semisal di kuadran I untuk peningkatan dan kuadran II untuk mempertahankan kepuasan.

4.4 Kansei Engineering

4.4.1 Pemodelan Awal Atribut Pelayanan dan Kansei word

Model awal atribut pelayanan dan *Kansei words* akan menggambarkan bagaimana 22 atribut pelayanan yang terbagi dalam 5 dimensi akan berpengaruh terhadap 9 *Kansei words* yang ada. Dalam model awal digambarkan bahwa semua atribut pelayanan mempunyai pengaruh pada semua *Kansei words*. Namun model awal ini kemudian akan diuji menggunakan metode Regresi Linier Berganda (*stepwise*) untuk mengetahui atribut mana saja yang mempunyai pengaruh terhadap *Kansei words*, dan mana yang signifikan.

Model awal ini berfungsi sebagai gambaran awal yang menunjukkan bahwa 22 atribut yang terbagi dalam 5 dimensi menempati posisi sebagai variabel independen,

yaitu variabel yang tidak terpengaruh oleh variabel lain sedangkan Kansei words menempati posisi sebagai variabel dependen, dimana variabel dependen merupakan variabel yang berubah-ubah, dan terpengaruh oleh keberadaan atau kondisi dari variabel independen.

4.4.2 Regresi Linier Atribut Pelayanan dan *Kansei words*

Setelah mengetahui model awal atribut pelayanan dan Kansei words, maka langkah selanjutnya adalah membuat pemodelan dengan metode regresi linier berganda (*Stepwise Linier Regression*) untuk mengetahui atribut atau variabel mana saja dari 22 atribut tersebut yang mempunyai pengaruh terhadap *Kansei words*, maka selanjutnya akan dibuat model yang menunjukkan hubungan antara atribut pelayanan dengan Kansei words, yang menyatakan atribut mana saja yang berpengaruh terhadap Kansei word. Hasil uji regresi linier berganda Kansei words terhadap atribut dapat dilihat pada tabel:

Tabel 4.13 Uji regresi linier berganda *Kansei words* terhadap atribut pelayanan

No	<i>Kansei word</i>	p-value	R ²	<i>Significant Model</i> (with $\alpha = 5\%$)	Atribut yang mempengaruhi
1	Bersahabat	0.000	0.280	Bersahabat = $3.695 + 0.408 - 0.183 - 0.181$	a20, a4, a22
2	Nyaman	0.000	0.448	Nyaman = $0.714 + 0.668 + 0.269 - 0.189$	a6, a5, a8
3	Puas	0.000	0.503	Puas = $1.535 + 0.640 - 0.140$	a11, a1
4	Percaya	0.007	0.089	Percaya = $2.387 + 0.311$	a7
5	Tenang	0.001	0.123	Tenang = $4.945 - 0.467$	a3
6	Modern	0.000	0.179	Modern = $4.108 - 0.336 + 0.245$	a8, a14
7	Bersih	0.035	0.056	Bersih = $2.891 + 0.248$	a7
8	Menyenangkan	0.010	0.113	Menyenangkan = $4.173 + 0.192 - 0.250$	a2, a10
9	Bagus	0.021	0.066	Bagus = $3.027 + 0.236$	a8

Dari hasil regresi linier berganda diatas terlihat bahwa semua atribut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kansei words. Nilai *p-value* < 0.05 menandakan pengaruh yang signifikan, karena semua nilai *p-value* adalah kurang dari 0.05. Semakin kecil nilai dari *p-value* menunjukkan bahwa pengaruh yang terjadi semakin signifikan.

Pengaruh yang paling signifikan didapat pada *Kansei word* “Bersahabat”, “Nyaman”, “Puas”, “Modern” dengan nilai *p-value* sebesar 0.000.

Sementara itu nilai R^2 menunjukkan korelasi atau kuatnya hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Semakin besar nilai R^2 berarti semakin kuat pula hubungan antara sebuah *Kansei word* dengan atribut layanan yang berpengaruh terhadapnya. Nilai R^2 terbesar didapat pada *Kansei word* “Puas” yaitu 0.503. Hal ini menunjukkan *Kansei word* “Puas” berkaitan sangat kuat dengan 3 atribut layanan, yaitu karyawan menerapkan salam, sapa, senyum kepada pengunjung, Penampilan staff yang rapih dan menarik, dan adanya permohonan maaf bila terjadi kesalahan dalam pelayanan . Berikut ini daftar *Kansei words* yang dipengaruhi secara signifikan oleh atribut beserta jumlahnya.

Tabel 4.14 Atribut yang Memengaruhi *Kansei words*

Dimensi	Atribut	Kansei word yang dipengaruhi	Jumlah Kansei word
Tangible	1.Desain interior ruangan warnet yang menarik	Puas	1
	2.Area Parkir yang luas	Menyenangkan	1
	3.Ruang tunggu yang nyaman (luas, tersedia toilet, majalah, tv, dll)	Tenang	1
	4.Penampilan staff yang menarik	Bersahabat	1
	5.Area warnet yang selalu bersih	Nyaman	1
	6.Bilik warnet yang nyaman	Nyaman	1
	7. Ketersediaan toilet bersih	Bersih, Percaya	2
Reliability	8.Layanan internet yang cepat dan stabil	Nyaman	1
	9.Perangkat komputer (PC, mouse, keyboard) yang modern	Tidak ada	0
	10.Kesesuaian harga dengan fasilitas yang didapatkan	Menyenangkan	1
	11.Ketersediaan fasilitas penunjang (Scanning, printing, kabel data)	Puas	1
Responsiveness	12.Kecepatan karyawan dalam memenuhi keinginan atau menanggapi keluhan	Tidak ada	0
	13.Ketepatan karyawan dalam memenuhi keinginan atau menanggapi keluhan	Tidak ada	0
	14.Tanggap terhadap keluhan	Modern	0

	konsumen		
Assurance	15.Rasa aman beraktifitas di area warnet <i>Luxury</i>	Tidak ada	0
	16.Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani tamu	Tidak ada	0
	17.Karyawan berada ditempat pada waktu yang dibutuhkan	Tidak ada	0
	18.Karyawan cakap dalam melakukan tugasnya	Tidak ada	0
	19.Kemudahan pengunjung dalam meminta bantuan	Tidak ada	0
	20.Karyawan menerapkan salam, sapa, dan senyum kepada pengunjung	Bersahabat	1
Emphaty	21.Layanan yang diberikan sama baik pada semua pengunjung	Tidak ada	0
	22.Adanya permohonan maaf bila terjadi kesalahan dalam pelayanan	Bersahabat	1

Berikut ini analisis mengenai *Kansei words* dan atribut pelayanan yang berpengaruh terhadapnya :

1. Bersahabat, atribut yang paling berengaruh pada *Kansei word* “bersahabat” adalah atribut nomor 20, yaitu Karyawan menerapkan salam, sapa, senyum kepada pengunjung dengan koefisien sebesar 0.408. Ini menunjukkan bahwa pengunjung merasa bersahabat apabila karyawan menerapkan salam, sapa, senyum apabila bertemu ataupun berpapasan dengan pengujung. Maka pihak manajemen luxury harus membiasakan karyawan menerapkan salam, sapa, senyum Sehingga para pengujung tertarik untuk kembali menggunakan warnet *Luxury*
2. Nyaman, atribut yang paling berpengaruh pada *Kansei word* “nyaman” adalah nomor 6 yaitu bilik warnet yang nyaman dengan koefisien 0.668. Dengan demikian dapat dilihat apabila tamu menilai bilik warnet yang nyaman, maka karyawan harus mempersiapkan bilik warnet senyaman mungkin. Dikarenakan pusat aktivitas dalam warnet berada di bilik warnet itu sendiri. Hal ini akan membuat pengunjung akan merasa betah beraktivitas di warnet *Luxury* bahkan datang kembali.
3. Puas, atribut yang paling berpengaruh pada *Kansei word* “puas” adalah atribut nomor 11, yaitu ketersediaan fasilitas penunjang (scanning, printing, kabel

data) dengan koefisien 0.640. Para pengunjung kebutuhannya akan terpenuhi di satu tempat, sehingga para pengunjung akan merasa puas terhadap layanan yang diberikan.

4. Percaya, atribut pelayanan yang berpengaruh *Kansei word* “percaya” adalah atribut nomor 7, yaitu ketersediaan toilet bersih dengan koefisien 0.311. Lamanya waktu yang dapat dihabiskan pengunjung warnet menuntut pihak warnet agar menyediakan toilet bersih, maka kebersihan toilet sangatlah penting untuk dijaga sepanjang hari. Sehingga pengunjung merasa percaya terhadap fasilitas (toilet) yang disediakan.
5. Tenang, atribut pelayanan yang berpengaruh *Kansei word* “Tenang” adalah atribut nomor 3, yaitu Ruang tunggu yang nyaman dengan koefisien 0.467. Banyaknya pengunjung luxury sering mengakibatkan antrian, sehingga kondisi ruang tunggu yang nyaman sangat penting, dengan demikian pengunjung merasa tenang ketika harus lama mengantri.
6. Modern, atribut pelayanan yang paling berpengaruh *Kansei word* “Modern” adalah nomor 8 yaitu layanan internet yang stabil dengan koefisien 0.336. Faktor utama yang diperhitungkan oleh konsumen penyedia layanan internet adalah stabilnya layanan internet itu sendiri, maka pihak manajemen harus bisa menjamin koneksi internet di luxury stabil dengan demikian pengunjung bisa merasakan modern dengan fasilitas yang ditawarkan oleh *luxury*.
7. Bersih, atribut pelayanan yang berpengaruh *Kansei word* “Bersih” adalah atribut nomor 7, yakni ketersediaan toilet bersih dengan koefisien 0.248. Selain *kansei word* percaya atribut ini juga berpengaruh terhadap *kansei word* bersih. Tentu saja ketika toilet yang berada di luxury bersih sehingga pengunjung merasa bersih terhadap fasilitas toilet yang disediakan.
8. Menyenangkan, atribut yang paling berpengaruh pada *Kansei word* “menyenangkan” adalah nomor 10, yaitu kesesuaian harga dengan fasilitas yang didapatkan dengan koefisien 0.250. Hal ini menunjukkan kesesuaian harga dengan fasilitas dapat membuat konsumen senang, sehingga konsumen tertarik untuk kembali menghabiskan waktu di *luxury*.
9. Bagus, atribut yang berpengaruh pada *Kansei word* “bagus” adalah atribut nomor 8, yaitu layanan internet yang stabil dengan koefisien 0.236. Kesan yang bagus dapat dirasakan oleh pengunjung apabila layanan internet yang

ditawarkan stabil. Bagus tidaknya sebuah warnet salah satu tolak ukurnya adalah koneksi internet yang stabil sehingga pengunjung lancar dalam melakukan aktivitasnya di warnet.

4.4.3 Hubungan Atribut pelayanan, *Kansei word* dan Analisis Kuadran

Setelah mengetahui atribut pelayanan mana saja yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Kansei words*, maka langkah selanjutnya adalah menghubungkan dengan hasil analisa kuadran yang telah dilakukan. Selanjutnya didapatkan atribut mana saja yang harus diperbaiki dan juga berhubungan dengan *Kansei words* atau kebutuhan emosional tamu. Dengan demikian akan didapatkan prioritas perbaikan yang perlu dilakukan pada atribut-atribut tersebut.

Seperti yang telah dijelaskan dalam hasil regresi linier didapatkan bahwa semua pengaruh dari atribut pelayanan terhadap *Kansei words* merupakan pengaruh signifikan, karena nilai *p-value* lebih kecil dari 0.05. Karena itu dalam pemodelan semua atribut pelayanan yang mempunyai pengaruh terhadap *Kansei words* turut dimasukkan.

Sangat penting untuk mengetahui atribut mana saja yang mempunyai pengaruh dengan emosional pelanggan, sehingga dapat dilakukan perbaikan sesuai dengan kebutuhan emosional pelanggan warnet *Luxury*. Berikut adalah Prioritas perbaikan atribut pelayanan :

Tabel 4.15 Prioritas Perbaikan Atribut Pelayanan

Dimensi	Atribut	Kuadran	Jumlah <i>Kansei words</i>	Tingkat Kepentingan	Prioritas Perbaikan
<i>Tangible</i>	Area parkir yang luas	I	1	3.15	3
	Ketersediaan toilet bersih	I	2	3.79	1
<i>Reliability</i>	Perangkat komputer yang modern (PC, mouse, keyboard)	I	0	3.7	4
	Ketersediaan fasilitas penunjang (<i>Scanning, Printing</i> , kabel data)	I	1	3.8	2
	Kesesuaian	III	1	3.51	5

harga dengan
fasilitas

Dari hasil diagram kartesius atribut yang menempati kuadran I dan III. Atribut-atribut ini dipilih karena membutuhkan perbaikan dengan prioritas utama, dan setelah itu dilihat jumlah *Kansei words* yang dipengaruhi. Semakin banyak jumlah *Kansei words* yang dipengaruhi, maka prioritas perbaikan semakin tinggi.

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa prioritas perbaikan posisi pertama atribut layanan adalah ketersediaan toilet bersih. Atribut ini menempati kuadran I dan juga mempunyai satu *kansei word*. Hasil ini didukung fakta bahwa atribut ini kelemahan dari *luxury*, karena jumlah toilet hanya 4 dengan kapasitas orang yang mencapai >80 orang dalam sehari mengakibatkan kebersihan toilet tidak terkontrol.

Prioritas perbaikan layanan kedua dan ketiga adalah ketersediaan fasilitas penunjang seperti *scanning*, *printing*, dan kabel data dan area parkir yang luas. Kedua atribut ini sama-sama menempati kuadran I sehingga diprioritaskan untuk diperbaiki dan juga mempunyai satu *kansei word*. Fasilitas penunjang seperti *scanning*, *printing*, dan kabel data sangat penting karena kebanyakan pengunjung *luxury* adalah mahasiswa yang sangat sering membutuhkan fasilitas *scan* ataupun *print* dengan adanya fasilitas ini pengunjung akan dimudahkan.

Prioritas perbaikan layanan keempat dan kelima adalah perangkat komputer yang modern, menempati kuadran I namun tidak memiliki *kansei word*. Perangkat PC di *luxury* belum bisa dibilang modern karena banyak *mouse* ataupun *headset* yang rusak. Sehingga bisa mengganggu aktivitas konsumen. Yang terakhir adalah atribut kesesuaian harga dengan fasilitas, menempati kuadran III dan memiliki satu *kansei word*.

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Analisis Atribut Pelayanan Jasa

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen, dihasilkan 22 atribut pelayanan. Identifikasi atribut tersebut berdasarkan pada 5 dimensi, yakni : bukti langsung (*tangibles*), empati (*emphaty*), jaminan (*assurance*), daya tanggap (*responsiveness*) dan kehandalan (*reliability*). berikut ini adalah uraian dari masing-masing atribut pelayanan :

Berwujud/Bukti Langsung (*Tangibles*)

1. Desain interior ruangan warnet yang menarik
2. Area Parkir yang luas
3. Ruang tunggu yang nyaman (luas, tersedia toilet, majalah, tv, dll)
4. Penampilan staff yang menarik
5. Area warnet yang selalu bersih
6. Bilik warnet yang nyaman
7. Ketersediaan toilet bersih

Kehandalan (*Reliability*)

8. Layanan internet yang cepat dan stabil
9. Perangkat komputer (PC, mouse, keyboard) yang modern
10. Kesesuaian harga dengan fasilitas yang didapatkan.
11. Ketersediaan fasilitas penunjang (Scanning, printing, kabel data)

Daya Tanggap (*Responsiveness*)

12. Kecepatan karyawan dalam memenuhi keinginan atau menanggapi keluhan
13. Ketepatan karyawan dalam memenuhi keinginan atau menanggapi keluhan
14. Tanggap terhadap keluhan konsumen

Jaminan (*Assurance*)

15. Rasa aman beraktifitas di area warnet Luxury
16. Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani tamu

17. Karyawan berada ditempat pada waktu yang dibutuhkan
18. Karyawan cakap dalam melakukan tugasnya
19. Kemudahan pengunjung dalam meminta bantuan

Empati (*Empathy*)

20. Karyawan menerapkan salam, sapa, dan senyum kepada pengunjung
21. Layanan yang diberikan sama baik pada semua pengunjung
22. Adanya permohonan maaf bila terjadi kesalahan dalam pelayanan

5.2 Uji Validitas

Setelah data dianggap cukup langkah selanjutnya adalah uji validitas, uji validitas ini dilakukan untuk memastikan apakah data yang diperoleh dapat digunakan sebagai data penelitian, karena jika kuesioner tidak valid dan maka hasil yang didapat nantinya akan tidak valid dan tidak sesuai dengan yang ingin dicapai. Kemudian hasil untuk pengujian validitas dimana jika nilai $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$ maka data ataupun atribut akan dinyatakan valid (Singarimbun, 1989). Dari hasil uji validitas bisa dilihat pada tabel 4.4 dimana semua data dinyatakan valid karena semua data lebih besar daripada r tabel (0,219).

5.3 Uji Reliabilitas

Setelah butir konsumen di uji validitas maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitasnya. Pengujian ini dilakukan guna untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran dilakukan berulang kali, instrumen yang tidak reliabel maka tidak konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya (Priyatno, 2012). Kemudian dalam hasil uji reliabilitas seperti yang terlihat dalam tabel 4.6 dan 4.7 seluruh nilai *Cronbach's alpha* $> 0,8$ hal ini menunjukkan bahwa data tersebut dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian karena Nilai *cronbach alpha* akan dikatakan Reliabel jika nilainya $> 0,7$ (Yamin & Kurniawan, 2009).

5.4 Analisa Importance Performance Analysis (IPA)

Metode IPA pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepentingan dan skor kinerja dari atribut pertanyaan yang diajukan kepada responden. Hasil dari analisa IPA ini akan diregresi dengan hasil perhitungan *Kansei Engineering*, yaitu sebagai

identifikasi emosional konsumen. Adapun penjelasan dari diagram kartesius yang diperoleh dari hasil penelitian adalah sebagai :

5. Atribut pertanyaan 2, 7, 9, 11 adalah atribut yang masuk ke dalam kuadran I dimana responden menganggap atribut pertanyaan tersebut penting, tetapi kinerja Luxury masih rendah/kurang memuaskan sehingga penting untuk dilakukan perbaikan.
6. Atribut pertanyaan 3, 5, 6, 8, 15, 16, 20 masuk ke dalam kuadran II dimana atribut-aribut pertanyaan ini dianggap penting oleh responden, dan indeks kepuasan Luxury sudah dianggap memuaskan, sehingga kinerja Luxury perlu dipertahankan.
7. Atribut pertanyaan 1, 10, 12, 13, 14, 17, 22 adalah atribut yang masuk ke dalam kuadran III dimana indeks kinerja Luxury pada atribut-atribut pertanyaan ini rendah dan tingkat kepentingannya juga tidak terlalu penting. Sehingga untuk atribut-atribut pertanyaan ini Luxury tidak perlu memprioritaskannya.
8. Atribut pertanyaan 4, 18, 19, 21 masuk ke dalam kuadaran IV dimana indeks kinerja Luxury tinggi, sedangkan tingkat kepentingannya redah atau tidak terlalu penting sehingga dianggap berlebihan. Sebaiknya Luxury mengalokasikan sumber daya yang terkait pada atribut – atribut ini kepada atribut – atribut lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi atau yang dianggap penting, semisal di kuadran I untuk peningkatan dan kuadran II untuk mempertahankan kepuasan.

5.5 Analisa *Kansei Engineering* dan Atribut Pelayanan

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda didapatkan bahwa semua atribut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Kansei words*. Pengaruh yang paling signifikan didapat pada *Kansei word* “Bersahabat”, “Nyaman”, “Puas”, “Modern” dengan nilai *p-value* sebesar 0.000. Nilai R^2 terbesar didapat pada *Kansei word* “Puas” yaitu 0.503. Hal ini menunjukkan *Kansei word* “Puas” berkaitan sangat kuat dengan 3 atribut layanan, yaitu karyawan menerapkan salam, sapa, senyum kepada pengunjung, Penampilan staff yang rapih dan menarik, dan adanya permohonan maaf bila terjadi kesalahan dalam pelayanan.

Nilai R^2 terbesar didapat pada *Kansei word* “Puas” yaitu 0.503. Hal ini menunjukkan *Kansei word* “Puas” berkaitan sangat kuat dengan 3 atribut layanan, yaitu

karyawan menerapkan salam, sapa, senyum kepada pengunjung, Penampilan staff yang rapih dan menarik, dan adanya permohonan maaf bila terjadi kesalahan dalam pelayanan. Atribut yang paling berpengaruh pada *Kansei word* “nyaman” adalah nomor 6 yaitu bilik warnet yang nyaman dengan koefisien 0.668. Puas, atribut yang paling berpengaruh pada *Kansei word* “puas” adalah atribut nomor 11, yaitu ketersediaan fasilitas penunjang (scanning, printing, kabel data) dengan koefisien 0.640.

Percaya, atribut pelayanan yang berpengaruh *Kansei word* “percaya” adalah atribut nomor 7, yaitu ketersediaan toilet bersih dengan koefisien 0.311. Tenang, atribut pelayanan yang berpengaruh *Kansei word* “Tenang” adalah atribut nomor 3, yaitu Ruang tunggu yang nyaman dengan koefisien 0.467. Modern, atribut pelayanan yang paling berpengaruh *Kansei word* “Modern” adalah nomor 8 yaitu layanan internet yang stabil dengan koefisien 0.336. Bersih, atribut pelayanan yang berpengaruh *Kansei word* “Bersih” adalah atribut nomor 7, yakni ketersediaan toilet bersih dengan koefisien 0.248. Menyenangkan, atribut yang paling berpengaruh pada *Kansei word* “menyenangkan” adalah nomor 10, yaitu kesesuaian harga dengan fasilitas yang didapatkan dengan koefisien 0.250. Bagus, atribut yang berpengaruh pada *Kansei word* “bagus” adalah atribut nomor 8, yaitu layanan internet yang stabil dengan koefisien 0.236.

5.6 Prioritas Perbaikan Atribut Pelayanan

Dari hasil perhitungan didapatkan bahwa prioritas perbaikan posisi pertama atribut layanan adalah ketersediaan toilet bersih menempati kuadran I pada diagram kartesius memiliki 2 *kansei word* dan memiliki rata-rata tingkat kepentingan 3.79, posisi kedua atribut ketersediaan fasilitas penunjang seperti *scanning*, *printing*, dan kabel data menempati kuadran I pada diagram kartesius dipengaruhi satu *kansei word* dan memiliki rata-rata tingkat kepentingan 3.8, posisi ketiga area parkir yang luas menempati kuadran I pada diagram kartesius dipengaruhi satu *kansei word* dan memiliki rata-rata tingkat kepentingan 3.15, posisi keempat perangkat komputer yang modern berada di kuadran I dan memiliki rata-rata tingkat kepentingan 3.7 dan posisi kelima adalah atribut kesesuaian harga dengan fasilitas berada di kuadran III dipengaruhi satu *kansei word* dan memiliki rata-rata tingkat kepentingan 3.51.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengumpulan, pengolahan, dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan adalah sebagai berikut :

1. Atribut yang mempengaruhi kualitas pelayanan menurut hasil diagram kartesius atribut nomor (2) Area parkir yang luas, (7) Ketersediaan toilet bersih, (9) Perangkat komputer (PC, *mouse*, *keyboard*), (11) Ketersediaan fasilitas penunjang (*Scanning*, *printing*, kabel data). Atribut tersebut dinilai penting tetapi kinerja *Luxury* masih kurang memuaskan, sehingga penting dilakukan perbaikan. Selanjutnya atribut nomor (3) Ruang tunggu yang nyaman, (5) Area warnet yang selalu bersih, (6) Bilik warnet yang nyaman, (8) Layanan internet yang cepat dan stabil, (15) Rasa aman beraktifitas di area warnet *Luxury*, (16) Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani tamu, (20) Karyawan menerapkan salam, sapa, dan senyum kepada pengunjung. Atribut tersebut dianggap penting oleh responden dan kinerja *Luxury* sudah memuaskan, sehingga harus dipertahankan kinerjanya.
2. Kualitas pelayanan yang telah diberikan *Luxury* kepada konsumen cukup memuaskan. Bisa dikatakan demikian karena nilai rata kinerja secara keseluruhan sebesar 3.49.
3. Atribut-atribut layanan yang perlu mendapatkan prioritas utama perbaikan yaitu ketersediaan toilet bersih, ketersediaan fasilitas penunjang seperti *scanning*, *printing*, dan kabel data, area parkir yang luas, perangkat komputer yang modern, dan kesesuaian harga dengan fasilitas.

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian diantaranya :

1. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi Manajemen warnet *Luxury* untuk merencanakan strategi perbaikan pelayanan agar konsumen merasa puas.

2. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan metode lain untuk menambah masukan bagi warnet *Luxury* dalam menentukan strategi perbaikan kinerja pelayanannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, E., Fornell, C & Lehmann, D. 1994. *Customer Satisfaction Market Share and Profitability : Finding Form Sweden*, Journal of Marketing, 58: 53-66
- Anggraeni, I. 2013. *Usulan Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Dineserv Di Pasta Banget Yogyakarta*. (Online): <http://e-journal.uajy.ac.id/3988/> (1 Maret 2016)
- APJII. 2016 . *Hasil Survei Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2016* (Online):
<https://apjii.or.id/survei2016/download/hoPyG95WMzru2qxDZKwS06ifmtCdvJ>
- Baskara, R. 2012. *Internet : Kebutuhan Dasar Manusia*. (online) :
http://www.kompasiana.com/rana.baskara.h/internet-kebutuhan-dasar-manusia_550bcc7b813311572cb1e17f
- Swastha, B. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE
- Berry, L., Zeithaml, V., & Parasuraman, A. 1998. *The Service - Quality Puzzle*. Business Horizons.
- Bitner, M, J. 1992. *Servicescape: the impact of physical surroundings on customer and employess*. Journal of marketing
- Brady, M., & Cronin Jr. 2001. *Some New Thoughts On Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierrarchial Approach*. The Journal of Marketing. 65: 34-49
- Brandt, D. 2004. *An “Outside-In” Approach to Determining Customer-Driven Priorities for Improvement and Innovation*. White Paper Series, volume 5 – 2004. (Online): <http://www.burke.com/library/whitepapers/b.whitepapervol5iss1.pdf> (12 Maret 2016)
- Bruyere, B., Rodriguez, D., & Vaske, J. 2002. *Enhancing importance-performance analysis through segmentation*. Journal of Travel and Tourism Marketing. 12: 81-95
- Rangkuti, F. 2003. *Measuring Costumer Satisfaction, teknik mengukur dan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan plus analisis kasus PLN-JP*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Irawan, H. 2004. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakrta: PT. New Ratna Motor Elex Media Komputindo
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

- Kotler, P., & Amstrong, G. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Lin, H.H., & Wang, Y.S. 2006. *An Examination of The Determinants of Customers loyalty in mobile commerce context*. Information and Management. 43: 271-282
- Loditha, H., Santoso, I., & Anggraini S. *Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode IPA (Importance Performance Analysis) dan CSI (Costumer Satifcation Index) Studi Kasus Pada Toko Oen, Malang*. Malang : Universitas Brawijaya
- Lupiyoadi, R. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Lovelock, C. 1994. *Managing Service: Marketing, Operations, and Human Resources*. London : Prentice Hall International, Inc.
- Martilla, J., & James, J. 1977. *Importance-Performance Analysis*. Journal of Marketing. 41: 13-17
- Martinez, C.L. 2003. *Evaluation Report: Tools Cluster Networking Meeting #1*. CenterPoint Intitute, Inc., Arizona. (Online): http://www.centerpointinstitute.org/.../Networking%20Meeting%201_Evaluation%20Report%20FINAL.pdf
- Nagamachi, M., & Lokman, A. 2011. *Innovation of Kansei Engineering*. Boca Raton: CRC Press
- Nugraha, R. 2014. *Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel X berdasarkan Hasil Matrix Importance-Performance Analysis*. Jurnal Online Institut Teknologi Nasional. 01: 221-231
- Ongkowijoyo, G. 2012. *Pengintegrasian Kansei Engineering dan Customer Relationship Management Untuk Meningkatkan Kualitas di Mall Ciputra World Surabaya*. (Online): <http://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/download/91/73> (2 Maret 2016)
- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. 1985. *Quality Counts in Service, Too*. Business Horizons.
- Purnomo, H. 2003. *Pengantar Teknik Industri*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rangkuti, F. 2002. *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, D. 2012. *Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Pada Instalasi Rawat Jalan Dengan Metode Servqual Dan Triz (Studi Kasus Di Rs Muhammadiyah Roemani)*.

- (Online): <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/jgti/article/view/4499> (2 Maret 2016)
- Schutte, S., Eklund, J., Axelsson, J., & Nagamachi, M., 2008. *Affective Meaning: The Kansei Engineering Approach in Schifferstein and Hekkert*. Elsevier Ltd. Oxford pp 477-496
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sulaiman, S. 2013. *Menciptakan nilai pelanggan, kepuasan dan loyalitas*. (online) : http://www.academia.edu/5004226/MENCIPTAKAN_NILAI_PELANGGAN_KEPUASAN_DAN_LOYALITAS_MAKALAH_INDIVIDU (10 Maret 2016)
- Suseno, A. 2013. *Aplikasi Integrasi Kansei Engineering dan Metode TRIZ pada Layanan Villa Nunia, Bali*. (Online): <http://digilib.ubaya.ac.id/pustaka.php/232672> (2 Maret 2016)
- Tjiptono, F. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, F. 2002. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing
- Wahab, M. 2013. *Pengaruh Costumer Trust Terhadap Keputusan Konsumen dalam Menentukan Pilihan Jasa Kurir Pada Pos Indonesia*. (Online): <http://repository.upi.edu/1442/> (1 Maret 2016)
- Wulandari, Y. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Kurir JNE Cabang Kawalayaan Bandung*. (Online): <http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/6434> (1 Maret 2016)

LAMPIRAN

KUESIONER 1

IDENTIFIKASI ATRIBUT KEPUASAN KONSUMEN DAN KANSEI WORD

Sehubungan dengan tugas akhir yang saya jalani, Saya yang merupakan mahasiswa Teknik Industri UII memohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuisisioner yang saya ajukan ini untuk kemudian dijadikan data sebagai bahan penelitian tentang “**Penentuan Prioritas Perbaikan Atribut Pelayanan Menggunakan Importance Performance Analysis (IPA) Dan Kansei Engineering**” (Studi Pada Konsumen Warnet Luxury).

Tujuan dari penelitian yang saya lakukan adalah untuk mengetahui atribut-atribut apa saja yang diinginkan responden guna meningkatkan kepuasan konsumen di bengkel.

Data yang saudara/i berikan hanya digunakan untuk keperluan penelitian. Identitas, data diri dan informasi sensitif saudara/i dijamin kerahasiaannya. Atas kerjasama yang baik dalam penelitian ini, saya ucapkan terimakasih.

Nama Responden :

Usia :

JenisKelamin :

Pertanyaan : Menurut anda bentuk pelayanan seperti apa yang anda ingin kan dari warnet agar konsumen merasa puas?

Jawaban :

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

Pertanyaan : Apabila diwakilkan dengan sebuah kata,apa yang bisa menggambarkan pelayanan jasa dari warnet luxury?

Jawaban :

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

Kuesioner Tingkat Atribut Pelayanan

Skala tingkat kepentingan :

1 : Tidak penting

2 : Kurang penting

3 : Cukup penting

4 : Penting

5 : Sangat penting

Skala tingkat kepuasan :

1 : Tidak puas

2 : Kurang puas

3 : Cukup puas

4 : Puas

5 : Sangat Puas

[illegible]

[illegible]

Kuesioner *Kansei Words*

Visualisasi Negatif	Penilaian Kansei Word					Visualisasi Positif
	1	2	3	4	5	
Cuek						Bersahabat
Terganggu						Nyaman
Kecewa						Puas
Khawatir						Percaya
Ramai						Tenang
Sederhana						Modern
Kotor						Bersih
Membosankan						Menyenangkan
Biasa						Bagus

Hasil Kuesioner Atribut Pelayanan (Kepentingan)

no	a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	a10	a11	a12	a13	a14	a15	a16	a17	a18	a19	a20	a21	a22
1	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4
2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3
3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3
5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3
6	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3
7	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3
8	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4
9	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4
10	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3
11	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
12	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3
13	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3
14	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3
15	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
16	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3
17	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4

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

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

56	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
57	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4
58	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3
59	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
60	2	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4
61	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3
62	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
63	3	4	4	4	5	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3
64	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
65	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3
66	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
67	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3
68	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3
69	4	4	5	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	2
70	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3
71	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
72	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3
73	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3
74	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3

75	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
76	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
77	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
78	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3
79	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3
80	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3

(Kepuasan)

no	a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	a10	a11	a12	a13	a14	a15	a16	a17	a18	a19	a20	a21	a22
1	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4
2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3
3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	5	3	3
4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	5	3	3
5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	5	3	3
6	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	5	3	3
7	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3
8	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	5	3	4
9	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4
10	3	3	4	4	4	4	3	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3
11	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4

12	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3
13	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3
14	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	5	4	3
15	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4
16	5	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3
17	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4
18	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3
19	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3
20	5	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4
21	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
22	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4
23	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
24	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4
25	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3
26	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4
27	3	2	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3
28	3	2	4	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	4
29	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4
30	3	2	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4
31	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4

32	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3
33	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3
34	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3
35	4	2	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	3
36	3	2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3
37	4	2	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3
38	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	2	3	3	4	3	4	3	3	4	5	4	3
39	3	2	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3
40	4	2	5	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3
41	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
42	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
43	4	2	4	3	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3
44	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4
45	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
46	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4
47	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
48	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3
49	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3
50	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
51	4	2	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	5	3	3

52	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
53	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3
54	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
55	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3
56	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4
57	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4
58	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4
59	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3
60	3	2	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3
61	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3
62	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3
63	4	3	5	4	5	5	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
64	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3
66	3	2	4	4	4	4	3	4	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3	4	5	4	3
67	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	5	5	3	3
68	3	2	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	2	3	4	4	2	3	4	5	4	3
69	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	2
70	3	3	5	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3
71	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3

72	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	5	4	3
73	3	2	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	3	3
74	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	5	4	3
75	3	2	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3
76	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3
77	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3
78	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3
79	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3
80	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	3

(Kansei Word)

Bersahabat	Nyaman	Puas	Percaya	Tenang	Modern	Bersih	Menyenangkan	Bagus
4	4	3	3	3	3	4	4	4
4	4	3	3	3	3	4	4	4
4	4	3	3	3	3	4	4	4
4	3	4	3	3	3	3	4	4
4	4	3	4	3	3	3	4	4
4	3	3	3	3	3	3	4	4
4	4	3	3	3	3	4	4	4
4	4	3	3	3	3	4	4	4
4	3	3	3	4	3	3	4	4

4	4	3	3	3	3	4	4	4
4	4	3	3	3	3	3	4	4
4	3	3	3	3	3	4	3	4
4	3	3	3	3	4	4	4	3
4	3	2	4	3	3	3	4	4
4	3	2	4	3	3	4	4	4
4	3	3	4	3	4	5	4	4
4	4	3	3	3	3	3	3	4
4	3	3	3	3	4	3	4	4
4	3	3	3	3	4	4	3	4
4	4	3	4	2	3	4	4	4
4	4	4	3	4	5	3	5	4
4	3	3	3	3	3	4	3	4
4	4	3	4	3	4	4	3	4
5	3	4	3	3	3	4	3	4
4	4	3	4	3	4	3	4	5
4	4	3	3	3	4	3	4	4
4	4	3	3	2	4	4	3	4
4	2	3	3	3	4	4	4	3
4	4	3	3	2	3	3	4	3
4	3	2	4	3	3	4	4	4
4	3	3	4	4	4	4	5	5
4	3	3	3	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	3	4	5	4
5	4	3	4	3	4	4	5	5
4	3	3	3	4	3	4	4	4

4	4	3	4	3	4	4	3	3
5	3	2	4	4	4	3	5	5
4	3	3	3	3	3	3	4	4
4	4	3	4	3	3	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	3	4
4	4	3	4	3	3	3	5	5
4	3	3	4	3	3	4	5	5
4	3	3	4	3	4	3	4	3
4	3	3	3	3	4	4	4	5
4	4	3	3	4	4	3	4	3
4	3	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	4	3
4	4	3	4	3	4	4	4	4
5	3	3	3	3	4	3	4	4
4	3	3	3	2	4	3	4	4
5	4	3	3	3	4	3	4	4
4	4	3	3	4	4	3	4	4
5	3	3	4	3	4	4	3	4
4	4	3	3	2	3	4	3	4
4	3	3	3	4	4	4	4	3
4	4	4	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	3	3	4
4	3	3	4	3	3	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3	4	4
5	5	3	3	2	4	3	4	3

5	4	3	4	3	4	3	4	4
4	3	3	3	3	4	3	4	4
5	4	3	3	3	4	4	3	4
5	3	3	4	2	3	4	3	4
5	4	3	3	3	4	4	4	4
5	4	2	3	4	4	4	3	3
4	4	3	3	2	4	4	4	4
3	3	2	3	3	4	4	3	4
5	4	3	3	3	4	4	3	4
5	3	4	4	3	4	4	4	4
5	4	3	4	3	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	4	4	4
5	4	3	4	4	4	4	4	3
4	3	3	4	3	4	4	4	4
4	3	3	4	3	4	4	4	3
4	3	3	4	3	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4

Hasil Pengolahan SPSS Validitas dan Reliabilitas

Kinerja Pelayanan *Luxury*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	22

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
a1	74.26	37.614	.466	.883
a2	73.63	38.415	.421	.884
a3	73.55	39.567	.237	.888
a4	74.21	38.904	.369	.885
a5	73.83	38.754	.300	.887
a6	73.70	38.314	.377	.885
a7	73.54	38.404	.505	.882
a8	73.63	37.174	.457	.883
a9	73.71	36.840	.508	.881
a10	73.90	38.673	.324	.886
a11	73.61	37.633	.506	.882
a12	74.23	36.075	.782	.874
a13	74.23	36.075	.742	.875
a14	73.95	36.858	.515	.881
a15	73.71	36.992	.554	.880
a16	73.85	38.357	.357	.886
a17	74.03	37.113	.509	.881
a18	74.13	37.250	.576	.880
a19	74.05	36.023	.679	.876
a20	73.75	37.911	.446	.883
a21	74.03	37.847	.422	.884
a22	74.16	37.125	.587	.879

Kepuasan Pelayanan *Luxury*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	22

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
a1	73.33	20.627	.315	.782
a2	73.85	20.256	.335	.781
a3	72.81	21.699	.249	.784
a4	73.21	21.030	.315	.781
a5	73.14	20.753	.341	.779
a6	72.95	21.390	.281	.783
a7	73.52	20.531	.489	.772
a8	72.89	21.190	.278	.783
a9	73.34	20.986	.312	.781
a10	73.34	20.581	.421	.775
a11	73.70	20.466	.554	.769
a12	73.59	20.980	.471	.774
a13	73.64	21.196	.430	.776
a14	73.31	21.559	.286	.787
a15	73.15	20.610	.389	.776
a16	72.79	22.195	.220	.785
a17	73.35	21.218	.283	.783
a18	73.21	21.334	.268	.784
a19	73.23	20.911	.320	.781
a20	72.49	20.709	.395	.776
a21	73.24	21.171	.284	.783
a22	73.43	20.855	.385	.777

Kansei Engineering

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.675	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kansei1	29.0500	4.782	.401	.580
Kansei2	29.3000	4.896	.286	.629
Kansei3	29.3000	4.972	.290	.625
Kansei4	29.6875	4.977	.232	.614
Kansei5	29.9125	4.840	.227	.617
Kansei6	29.4125	5.207	.295	.646
Kansei7	29.2000	4.213	.497	.544
Kansei8	29.1750	4.222	.513	.541
Kansei9	29.1625	4.290	.460	.555

Regresi linear berganda,

Bersahabat

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	a20		. Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).
2	a4		. Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).
3	a22		. Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Bersahabat

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.420 ^a	.176	.166	.387
2	.486 ^b	.236	.217	.375
3	.529 ^c	.280	.251	.367

a. Predictors: (Constant), a20

b. Predictors: (Constant), a20, a4

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.420 ^a	.176	.166	.387
2	.486 ^b	.236	.217	.375
3	.529 ^c	.280	.251	.367

a. Predictors: (Constant), a20

b. Predictors: (Constant), a20, a4

c. Predictors: (Constant), a20, a4, a22

ANOVA^d

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.503	1	2.503	16.709	.000 ^a
	Residual	11.685	78	.150		
	Total	14.188	79			
2	Regression	3.354	2	1.677	11.919	.000 ^b
	Residual	10.834	77	.141		
	Total	14.188	79			
3	Regression	3.969	3	1.323	9.839	.000 ^c
	Residual	10.219	76	.134		
	Total	14.188	79			

a. Predictors: (Constant), a20

b. Predictors: (Constant), a20, a4

c. Predictors: (Constant), a20, a4, a22

d. Dependent Variable: Bersahabat

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.720	.362		7.524	.000
	a20	.345	.084	.420	4.088	.000
2	(Constant)	3.177	.397		8.012	.000
	a20	.409	.086	.498	4.764	.000

	a4	-.207	.084	-.257	-2.459	.016
3	(Constant)	3.695	.457		8.082	.000
	a20	.408	.084	.497	4.862	.000
	a4	-.183	.083	-.227	-2.203	.031
	a22	-.181	.085	-.210	-2.138	.036

a. Dependent Variable: Bersahabat

Nyaman

Variables Entered/Removed^a

	Variables Entered	Variables Removed	Method
Model			

1	a6		. Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).
2	a5		. Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).
3	a8		. Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Nyaman

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.602 ^a	.362	.354	.443
2	.645 ^b	.417	.402	.426
3	.669 ^c	.448	.426	.417

a. Predictors: (Constant), a6

b. Predictors: (Constant), a6, a5

c. Predictors: (Constant), a6, a5, a8

ANOVA^d

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.683	1	8.683	44.256	.000 ^a
	Residual	15.304	78	.196		

	Total	23.988	79			
2	Regression	9.995	2	4.997	27.500	.000 ^b
	Residual	13.993	77	.182		
	Total	23.988	79			
3	Regression	10.740	3	3.580	20.539	.000 ^c
	Residual	13.247	76	.174		
	Total	23.988	79			

a. Predictors: (Constant), a6

b. Predictors: (Constant), a6, a5

c. Predictors: (Constant), a6, a5, a8

d. Dependent Variable: Nyaman

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.811	.405		2.000	.049
	a6	.707	.106	.602	6.653	.000
2	(Constant)	.186	.454		.409	.684
	a6	.650	.104	.554	6.233	.000
	a5	.233	.087	.239	2.686	.009
3	(Constant)	.714	.513		1.392	.168
	a6	.668	.103	.569	6.516	.000
	a5	.269	.087	.275	3.102	.003
	a8	-.189	.091	-.181	-2.068	.042

a. Dependent Variable: Nyaman

Puas

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
-------	-------------------	-------------------	--------

1	a11		. Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).
2	a1		. Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Puas

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.673 ^a	.453	.446	.290
2	.710 ^b	.503	.491	.278

a. Predictors: (Constant), a11

b. Predictors: (Constant), a11, a1

ANOVA^c

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.441	1	5.441	64.700	.000 ^a
	Residual	6.559	78	.084		
	Total	12.000	79			
2	Regression	6.041	2	3.021	39.031	.000 ^b
	Residual	5.959	77	.077		
	Total	12.000	79			

a. Predictors: (Constant), a11

b. Predictors: (Constant), a11, a1

c. Dependent Variable: Puas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.164	.231		5.047	.000
	a11	.605	.075	.673	8.044	.000
2	(Constant)	1.535	.258		5.944	.000
	a11	.640	.073	.713	8.742	.000
	a1	-.140	.050	-.227	-2.785	.007

a. Dependent Variable: Puas

Percaya

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	a7		. Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	a7		Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Percaya

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.298 ^a	.089	.077	.471

a. Predictors: (Constant), a7

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.685	1	1.685	7.595	.007 ^a
	Residual	17.303	78	.222		
	Total	18.988	79			

a. Predictors: (Constant), a7

b. Dependent Variable: Percaya

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.387	.367		6.512	.000
	a7	.311	.113	.298	2.756	.007

a. Dependent Variable: Percaya

Tenang

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	a3		Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Tenang

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.351 ^a	.123	.112	.519

a. Predictors: (Constant), a3

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.952	1	2.952	10.948	.001 ^a
	Residual	21.035	78	.270		
	Total	23.987	79			

a. Predictors: (Constant), a3

b. Dependent Variable: Tenang

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.945	.557		8.881	.000
	a3	-.467	.141	-.351	-3.309	.001

a. Dependent Variable: Tenang

Modern

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	a8		Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).
2	a14		Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Modern

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.340 ^a	.116	.104	.479
2	.423 ^b	.179	.158	.464

a. Predictors: (Constant), a8

b. Predictors: (Constant), a8, a14

ANOVA^c

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.335	1	2.335	10.195	.002 ^a
	Residual	17.865	78	.229		
	Total	20.200	79			
2	Regression	3.621	2	1.810	8.408	.000 ^b
	Residual	16.579	77	.215		
	Total	20.200	79			

a. Predictors: (Constant), a8

b. Predictors: (Constant), a8, a14

c. Dependent Variable: Modern

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.899	.395		12.411	.000
	a8	-.324	.102	-.340	-3.193	.002
2	(Constant)	4.108	.501		8.195	.000
	a8	-.336	.099	-.353	-3.412	.001
	a14	.245	.100	.253	2.443	.017

a. Dependent Variable: Modern

Bersih

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	a7		Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Bersih

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.236 ^a	.056	.044	.482

a. Predictors: (Constant), a7

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.070	1	1.070	4.605	.035 ^a

Residual	18.118	78	.232		
Total	19.188	79			

a. Predictors: (Constant), a7

b. Dependent Variable: Bersih

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.891	.375		7.705	.000
a7	.248	.116	.236	2.146	.035

a. Dependent Variable: Bersih

Menyenangkan

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
-------	-------------------	-------------------	--------

1	a2		. Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).
2	a10		. Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Menyenangkan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.234 ^a	.055	.043	.525
2	.336 ^b	.113	.090	.512

a. Predictors: (Constant), a2

b. Predictors: (Constant), a2, a10

ANOVA^c

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.244	1	1.244	4.513	.037 ^a
	Residual	21.506	78	.276		
	Total	22.750	79			
2	Regression	2.568	2	1.284	4.899	.010 ^b
	Residual	20.182	77	.262		
	Total	22.750	79			

a. Predictors: (Constant), a2

b. Predictors: (Constant), a2, a10

c. Dependent Variable: Menyenangkan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.352	.253		13.256	.000
	a2	.181	.085	.234	2.124	.037
2	(Constant)	4.173	.441		9.472	.000
	a2	.192	.083	.247	2.302	.024
	a10	-.250	.111	-.242	-2.248	.027

a. Dependent Variable: Menyenangkan

Bagus

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	a8		Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Bagus

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.258 ^a	.066	.054	.473

a. Predictors: (Constant), a8

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.242	1	1.242	5.551	.021 ^a
	Residual	17.446	78	.224		
	Total	18.688	79			

a. Predictors: (Constant), a8

b. Dependent Variable: Bagus

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.027	.390		7.761	.000
	a8	.236	.100	.258	2.356	.021

a. Dependent Variable: Bagus