

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN**

**PELANGGAN CAP LANG**

SKRIPSI

Nama : Nurhasan

Nim : 43105110092



**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2009**

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN**

**PELANGGAN CAP LANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

**SARJANA EKONOMI**

Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : Nurhasan

Nim : 43105110092



**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2009**

## **SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurhasan

NIM : 43105110092

Program Studi : Manajemen- S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 September 2009

Tanda tangan

(.....)

NIM : 43105110092

## **LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Nurhasan

NIM : 43105110092

Program Studi : Manajemen-S1

Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan  
Pelanggan Cap Lang

Tanggal Lulus Ujian : 15 September 2009

Disahkan oleh:

Pembimbing Skripsi

( Priyono SE, ME )

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen – S1

( Dra. Yuli Harwani, MM )

( Arief Bowo Prayoga K, SE, MM )

## **LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI**

Skripsi

Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Cap Lang

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**Nurhasan**

**43105110092**

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji pada tanggal 15 September 2009

**Susunan Dewan Penguji**

**Ketua Penguji/PembimbingSkripsi**

( Priyono, SE, ME )

**Anggota Dewan Penguji**

( Luna Haningsih, SE, ME )

**Anggota Dewan Penguji**

( Tri Wahyono, SE, MM )

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan harapan. Tiada insan yang sempurna di dunia ini, karena sesungguhnya kesempurnaan adalah milik Allah semata. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di kemudian hari.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Priyono SE,ME, selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran, bantuannya serta bimbingan kepada kami hingga selesainya skripsi ini.
2. Ibu Dra. Yuli Harwani, MM , selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercubuana.
3. Bapak Arief Bowo Prayoga K, SE, MM , Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercubuana.
4. Orang tuaku tercinta , Bapak, Mamah, Bang Ali, dan istri mb Diana, Amat, Syahrul, Heru, Nenek, Om Ade, keponakanku Intan yang sangat berjasa mendukung selama hidupku

5. Kawan-kawan angkatan 7 Tahun 2005 yang saat ini sama-sama berjuang untuk dapat menyelesaikan skripsinya

Semoga amal baik yang telah diberikan memperoleh imbalan berlipat ganda dari Allah SWT, Amin. Akhir kata semoga penyusunan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Jakarta, 15 September

Penulis

## **ABSTRAK**

Usaha untuk meningkatkan daya saing perusahaan tidak hanya terbatas pada kualitas produk yang dihasilkan akan tetapi lebih dari kualitas pelayanan, hal ini guna mempengaruhi potensi dari perusahaan untuk bisa bertahan ditengah persaingan. Kualitas pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan. Selain itu peran pelayanan sangat penting dalam menentukan kualitas. Kualitas sendiri bergantung pada kinerja individu-individu dalam perusahaan. Sedangkan untuk mengevaluasinya pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan. Dengan demikian harapan pelangganlah yang akan melatar belakangi penilaian pelanggan terhadap kinerja perusahaan akan kualitas pelayanannya. Sehingga analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Cap Lang sangat menarik untuk diteliti lebih jauh.

Tujuan pada penelitian kali ini adalah untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui pelaksanaan pelayanan terhadap pelanggan oleh Cap Lang. Sedangkan permasalahan akan dibatasi pada kualitas pelayanan yang diberikan dan tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan Cap Lang.

Metode yang digunakan pada penelitian kali ini adalah metode penelitian deskriptif yaitu digunakan untuk menggambarkan data yang dikumpulkan dalam studi penelitian, dan untuk secara akurat menjelaskan karakter dari variabel-



variabel yang diamati pada sampel tertentu. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran angket/kuesioner.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis *importance-performance analysis*.

Nilai rata-rata dari rata-rata tingkat pelaksanaan (X) adalah 3.91 dan rata-rata dari rata-rata tingkat kepentingan (Y) adalah 3.97. untuk lebih memberikan gambaran secara jelas maka digunakan langkah terakhir yaitu nilai rata-rata diatas diplotkan kedalam sebuah diagram yaitu diagram cartesius.

terlihat jelas bahwa penyebaran nilai rata-rata dari rata-rata variabel X (kinerja/tingkat pelaksanaan) dan variabel Y (harapan/tingkat kepentingan) lebih banyak berada pada daerah B yaitu sekitar 10 item pertanyaan beberapa faktor yang dianggap sangat memuaskan pengaruhnya bagi pelanggan dan pelaksanaanya oleh Cap Lang untuk di pertahankan prestasinya.

Daerah C yaitu sekitar 9 item pertanyaan beberapa faktor yang dianggap kurang penting dan kurang mengecewakan dianggap prioritas rendah.

Daerah D yaitu sekitar 4 item pertanyaan beberapa faktor yang dianggap kurang penting tapi sangat memuaskan dianggap biasa dan berlebihan.

Daerah A yaitu sekitar 2 item pertanyaan beberapa faktor yang dianggap sangat penting tapi mengecewakan dianggap prioritas utama.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan , Kepuasan Pelanggan.

## DAFTAR ISI

|                                            |       |
|--------------------------------------------|-------|
| HALAMAN SAMPUL .....                       | i     |
| HALAMAN JUDUL .....                        | ii    |
| HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....      | iii   |
| HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI..... | iv    |
| HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....      | v     |
| KATA PENGANTAR.....                        | vi    |
| ABSTRAK.....                               | vii   |
| DAFTAR ISI.....                            | x     |
| DAFTAR TABEL.....                          | xiii  |
| DAFTAR GAMBAR.....                         | xvii  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                       | xviii |
| BAB I    PENDAHULUAN.....                  | 1     |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian.....         | 1     |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                   | 3     |
| 1.3 Pembatasan Masalah.....                | 3     |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....    | 3     |
| 1.4.1 Tujuan.....                          | 3     |
| 1.4.2 Manfaat Penelitian.....              | 3     |
| BAB II    LANDASAN TEORI.....              | 5     |
| 2.1 Manajemen Pemasaran.....               | 5     |

|                                                                 |           |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.1 Kebutuhan vs Keinginan.....                               | 5         |
| 2.2 Kualitas Pelayanan.....                                     | 5         |
| 2.3 kepuasan Pelanggan.....                                     | 9         |
| 2.4 hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.... | 14        |
| 2.5 kerangka Pemikiran.....                                     | 15        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>                       | <b>18</b> |
| 3.1 Obyek Penelitian.....                                       | 18        |
| 3.2 Desain Penelitian.....                                      | 18        |
| 3.3 Variabel dan Pengukuran.....                                | 19        |
| 3.3.1 Kualitas Pelayanan.....                                   | 19        |
| 3.3.2 Skala Likert.....                                         | 23        |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data.....                                | 23        |
| 3.5 Jenis Data.....                                             | 24        |
| 3.6 Populasi dan Sampel.....                                    | 24        |
| 3.6.1 Populasi.....                                             | 24        |
| 3.6.2 Sampel.....                                               | 25        |
| 3.7 Metode Analisis Data.....                                   | 26        |

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| 3.7.1 Deskriptif.....                                | 26 |
| 3.8 Diagram Cartesius.....                           | 26 |
| BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....                  | 30 |
| 4.1 Analisis Data Hasil Penelitian.....              | 30 |
| 4.1.1 Deskripsi Data Identitas Responden.....        | 30 |
| 4.1.2 Analisis Hasil Jawaban Responden.....          | 33 |
| 4.1.2.1 Jawaban Kuesioner Variabel Harapan.....      | 33 |
| 4.1.2.2 Jawaban Kuesioner Variabel Kinerja.....      | 47 |
| 4.1.2.3 <i>Importance-Performance Analysis</i> ..... | 61 |
| 4.2 Pembahasan.....                                  | 67 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....                        | 70 |
| 5.1 Simpulan.....                                    | 70 |
| 5.2 Saran.....                                       | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                  | 73 |
| LAMPIRAN                                             |    |

## DAFTAR TABEL

|                                                                        | Halaman |
|------------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 3.1 Skala Likert.....                                            | 23      |
| Tabel 3.2 Diagram Cartesius.....                                       | 26      |
| Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan.....       | 30      |
| Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                | 31      |
| Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Usia .....                        | 31      |
| Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....           | 32      |
| Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                    | 32      |
| Tabel 4.6 Ketepatan waktu kedatangan salesman.....                     | 33      |
| Tabel 4.7 Ketepatan dalam penyampaian program-program berjalan.....    | 34      |
| Tabel 4.8 Kesesuaian dalam pengiriman produk yang dipesan.....         | 34      |
| Tabel 4.9 Keramahan serta kesiapan mendengar keluhan pelanggan.....    | 35      |
| Tabel 4.10 Keramahan dalam penagihan faktur pembayaran.....            | 35      |
| Tabel 4.11 Kesiapan salesman dalam menghadapi masalah yang timbul..... | 36      |
| Tabel 4.12 Kemampuan salesman dalam menerangkan produk.....            | 36      |
| Tabel 4.13 Kejelasan penyampaian prosedur pelayanan pelanggan.....     | 37      |

|            |                                                               |    |
|------------|---------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.14 | Kejelasan penyampaian informasi.....                          | 37 |
| Tabel 4.15 | Kemampuan dalam mengambil keputusan.....                      | 38 |
| Tabel 4.16 | Kualitas akan keaslian produk.....                            | 38 |
| Tabel 4.17 | Tingkat kepercayaan pelanggan terhadap produk.....            | 39 |
| Tabel 4.18 | Keefektifan komunikasi yang dilakukan dengan pelanggan.....   | 39 |
| Tabel 4.19 | Keterampilan salesman dalam memberikan pelayanan.....         | 40 |
| Tabel 4.20 | Pengetahuan dan kecakapan salesman.....                       | 40 |
| Tabel 4.21 | Tingkat kesopanan dan keramahan salesman.....                 | 41 |
| Tabel 4.22 | Jaminan terhadap produk yang rusak.....                       | 41 |
| Tabel 4.23 | Pengembalian produk-produk yang tidak laku.....               | 42 |
| Tabel 4.24 | Kepedulian salesman terhadap produk.....                      | 43 |
| Tabel 4.25 | Kepedulian salesman terhadap harga yang dijual pelanggan..... | 43 |
| Tabel 4.26 | Kebersihan produk yang dijual pelanggan.....                  | 44 |
| Tabel 4.27 | kerapian berpenampilan salesman .....                         | 44 |
| Tabel 4.28 | Keramahan dalam bersikap.....                                 | 45 |
| Tabel 4.29 | Kejelasan dalam menerangkan produk baru.....                  | 45 |
| Tabel 4.30 | Kepedulian salesman dalam penataan produk.....                | 46 |

|            |                                                             |    |
|------------|-------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.31 | Ketepatan waktu kedatangan salesman.....                    | 47 |
| Tabel 4.32 | Ketepatan dalam penyampaian program-program berjalan.....   | 47 |
| Tabel 4.33 | Kesesuaian dalam pengiriman produk yang dipesan.....        | 48 |
| Tabel 4.34 | Keramahan serta kesiapan mendengar keluhan pelanggan .....  | 48 |
| Tabel 4.35 | Keramahan dalam penagihan faktur pembayaran.....            | 49 |
| Tabel 4.36 | Kesiapan salesman dalam menghadapi masalah yang timbul..... | 49 |
| Tabel 4.37 | Kemampuan salesman dalam menerangkan produk.....            | 50 |
| Tabel 4.38 | Kejelasan penyampaian prosedur pelayanan pelanggan.....     | 51 |
| Tabel 4.39 | Kejelasan penyampaian informasi.....                        | 51 |
| Tabel 4.40 | Kemampuan dalam mengambil keputusan.....                    | 52 |
| Tabel 4.41 | Kualitas akan keaslian produk.....                          | 52 |
| Tabel 4.42 | Tingkat kepercayaan pelanggan terhadap produk.....          | 53 |
| Tabel 4.43 | Keefektifan komunikasi yang dilakukan dengan pelanggan..... | 53 |
| Tabel 4.44 | Keterampilan salesman dalam memberikan pelayanan.....       | 54 |
| Tabel 4.45 | Pengetahuan dan kecakapan salesman.....                     | 54 |
| Tabel 4.46 | Tingkat kesopanan dan keramahan salesman.....               | 55 |
| Tabel 4.47 | Jaminan terhadap produk yang rusak.....                     | 55 |

|            |                                                               |    |
|------------|---------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.48 | Pengembalian produk-produk yang tidak laku.....               | 56 |
| Tabel 4.49 | Kepedulian salesman terhadap produk.....                      | 57 |
| Tabel 4.50 | Kepedulian salesman terhadap harga yang dijual pelanggan..... | 57 |
| Tabel 4.51 | Kebersihan produk yang dijual pelanggan.....                  | 58 |
| Tabel 4.52 | Kerapian berpenampilan salesman .....                         | 58 |
| Tabel 4.53 | Keramahan dalam bersikap.....                                 | 59 |
| Tabel 4.54 | Kejelasan dalam menerangkan produk baru.....                  | 60 |
| Tabel 4.55 | Kepedulian salesman dalam penataan produk.....                | 60 |
| Tabel 4.56 | Tingkat Kesesuaian Kualitas Pelayanan Cap Lang.....           | 62 |
| Tabel 4.57 | Perhitungan Rata-Rata dari Kinerja dan Harapan.....           | 64 |
| Tabel 4.58 | Diagram Cartesius.....                                        | 66 |



## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

|            |                                                                                                              |    |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 | Kerangka pemikiran penelitian tentang Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cap Lang ..... | 17 |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                   | Halaman |
|---------------------------------------------------|---------|
| Lampiran 1 Indikator Bobot.....                   | 74      |
| Lampiran 2 Kuesioner.....                         | 91      |
| Lampiran 3 Jawaban Responden Tingkat Kinerja..... | 94      |
| Lampiran 4 Jawaban Responden Tingkat Harapan..... | 96      |
| Lampiran 5 Lembar Konsultasi.....                 | 98      |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Di era globalisasi seperti sekarang ini, tingkat persaingan usaha tidak terbatas dalam satu negara, tetapi persaingan sudah meluas dalam lingkup dunia. Dalam kondisi demikian, semua produk yang dihasilkan harus bersaing dalam memperebutkan pasar lokal dan pasar internasional yang sudah sangat terbuka. Sebagai sebuah perusahaan farmasi, PT TARGET PRIMA LESTARI (*Cap Lang*) juga mengalami proses persaingan tersebut. Untuk menghadapi iklim persaingan demikian, perusahaan manapun harus mampu menciptakan keunggulan daya saing (*competitive advantage*). Dengan keunggulan daya saing tersebut, perusahaan akan dapat bertahan dan mampu menangkap peluang masa depan. Jika pelaku bisnis hanya akan sekedar memperebutkan dan bersaing di masa kini, hal itu tidak akan memberi manfaat dan keuntungan yang optimal, karena persaingan tersebut hanya terbatas dalam memperebutkan satu pangsa pasar yang tetap. Usaha untuk meningkatkan daya saing sendiri tidak hanya terbatas pada kualitas produk yang dihasilkan akan tetapi lebih dari kualitas pelayanan juga akan mempengaruhi potensi dari perusahaan untuk bisa bertahan ditengah persaingan. Karena salah satu faktor yang disebabkan dari kualitas pelayanan adalah terdapat tingkat kepuasan yang bisa diperoleh konsumen dari konsumsi produk yang mereka beli dan miliki dari perusahaan. Walaupun penilaian kualitas adalah

penilaian yang subyektif oleh konsumen. Akan tetapi penilaian ini justru menentukan keberlangsungan hidup perusahaan.

Kualitas pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha kegiatan. Pelayanan timbul karena adanya kepentingan, pelayanan, itu sendiri bukanlah suatu sasaran atau kegiatan, melainkan ia merupakan proses untuk mencapai sasaran tertentu yang telah ditetapkan. Pada dasarnya sifat dari kepuasan adalah *individual differencess*, artinya tingkat kepuasan pada setiap orang tidak pernah sama atau berbeda-beda sesuai dengan pribadi dan persepsi individu terhadap akibat yang diterima dari lingkungan sekitarnya. Ini berarti semakin individu merasakan bahwa lingkungan sesuai dengan kebutuhannya maka makin tinggi tingkat kepuasannya. Kepuasan akan sangat bergantung pada kesesuaian tingkat harapan dengan kenyataan yang diterima dari suatu perilaku orang.

Atas pertimbangan tersebut, maka untuk mencapai tujuan perusahaan perlu kiranya dilakukan upaya untuk bisa menjadikan kualitas pelayanan benar-benar mempengaruhi kepuasan pelanggan PT TARGET PRIMA LESTARI (*Cap Lang*). Hal ini untuk mencegah terjadinya rasa kekecewaan yang mungkin timbul, dan hal ini akan berdampak pada perkembangan perusahaan secara umum

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul:” *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cap Lang*”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang akan diambil dalam penelitian ini antara lain:

Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan Cap Lang?

## **1.3 Pembatasan masalah**

Pengertian pelanggan dari skripsi ini adalah pelanggan mini market yang menjual produk Cap Lang untuk wilayah area Jakarta Barat. Jumlah mini market (outlet) di Jakarta Barat ada 80 mini market.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan**

Tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk:

Untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan Cap Lang.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat penelitian, yaitu:

1. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dalam menerapkan disiplin ilmu manajemen, khususnya yang menyangkut pemasaran dan analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Bagi kepentingan akademik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap perkembangan ilmu pengetahuan,

khususnya dalam perkembangan ilmu manajemen pemasaran dalam kaitannya dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat menambah wacana dalam dunia akademik.

3. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian yang berkaitan dengan ilmu manajemen pemasaran bagi penelitian berikutnya.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Manajemen Pemasaran**

Perkembangan pemasaran berawal dari tukar menukar barang secara sederhana tanpa menggunakan alat tukar berupa uang atau logam mulia. Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, maka semakin dibutuhkan suatu alat tukar yang berlaku umum dan untuk itulah diciptakan uang.

Hal ini terlihat pada perilaku konsumen yang membeli sesuatu tidak hanya dari wujudnya saja tetapi juga melihat dari segi pelayanan (*service*) yang diberikan oleh setiap perusahaan. Tujuan dari perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan adalah untuk menarik konsumen agar menjadi pelanggan yang setia sehingga dapat menghasilkan laba yang maksimal bagi perusahaan.

##### **2.1.1 Kebutuhan vs Keinginan**

Kebutuhan merupakan perwujudan dari keinginan dimana setiap individu memiliki keinginan akan penghidupan yang lebih baik antara lain kebutuhan akan sandang, kebutuhan akan pangan, dan kebutuhan akan papan setiap manusia selalu berusaha untuk memenuhi akan kebutuhannya tersebut. Untuk dapat memenuhi akan kebutuhan tersebut maka harus dilakukan suatu usaha yang lebih agar dapat terpenuhi semua kebutuhannya baik itu dengan bekerja agar mendapatkan uang untuk dapat memenuhi akan kebutuhannya tersebut. Sedangkan untuk keinginan dapat kita jabarkan sebagai wujud awal dari kebutuhan, sebelum kebutuhan itu ada maka keinginan yang pertama kali menjadi ide agar kebutuhan itu terwujud.

## **2.2. Kualitas Pelayanan**

Peran pelayanan menjadi amat penting dalam suatu sistem kerja atau kegiatan perusahaan. Pelayanan sebagai katalisator artinya aparat atau pegawai yang ada dalam perusahaan melaksanakan tugas sesuai dengan aturan yang ditetapkan perusahaan dan tidak dapat dilanggar oleh ketentuan apapun dan harus dijalankan sesuai dengan ketentuannya.

Selain itu Kotler seperti dikutip Tjiptono (2002:231) mengungkapkan bahwa:

“Kualitas ditentukan oleh keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), kepastian (*assurance*), empati (*emphaty*), dan berwujud (*tangible*).”

Untuk dapat mengetahui fungsi dari faktor-faktor yang disebutkan diatas maka dapat dijelaskan sebagai oleh penulis sebagai acuan untuk membuat kuesioner sebagai berikut:

### **1) Reliability**

Reliability dapat dijelaskan sebagai kekuatan untuk dapat mempengaruhi konsumen agar terpengaruh dan membeli atau menggunakan suatu produk, untuk mencapai reliability tersebut perusahaan harus dapat memberikan yang terbaik bagi konsumennya seperti : kualitas produk, pelayanan, ketepatan waktu, kecakapan, informasi, kesesuaian administrasi dan lainnya.



## 2) Responsiveness

Responsiveness merupakan bentuk dari kepedulian terhadap konsumen untuk hal-hal yang dapat memberikan kenyamanan. Untuk responsiveness ini lebih diarahkan kepada karyawan yang berhubungan langsung dengan konsumennya seperti: kesiapan dalam memberikan pelayanan, kemampuan untuk dapat mengatasi keluhan dari konsumen, kemampuan mengatasi masalah yang timbul, kejelasan informasi, prosedur pelayanan dan lainnya.

## 3) Assurance

Untuk menciptakan assurance kepada konsumen maka perusahaan harus dapat memberikan keyakinan kepada pengguna atau pelanggan akan pelayanannya seperti: pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam memberikan keyakinan akan kualitas produk, keterampilan dalam memberikan pelayanan, performance dan motivasi, keefektifan komunikasi dan lainnya.

## 4) Emphaty

Emphaty atau empati yaitu sikap yang harus dimiliki oleh karyawan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik agar tercipta rasa nyaman dan diperhatikan sehingga konsumen tidak mudah beralih atau berpaling kepada pesaing. Untuk memberikan emphaty maka harus dibentuk sikap-sikap seperti: kesopanan dan keramahan, jaminan keamana pelayanan, perhatian kepada konsumen, kesamaan pelayanan

kepada semua pelanggan dan tidak membedakan antara satu pelanggan dengan pelanggan lainnya.

#### 5) Tangible

Tangible merupakan bentuk nyata pelayanan yang diberikan untuk kepuasan pelanggan antara lain: kebersihan dan kerapian, penataan eksterior, kelengkapan dan kesiapan dan lainnya.

perusahaan yang memerlukan service excellence, yaitu pelayanan unggul yakni suatu sikap atau cara bersama dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Secara garis besar ada empat unsur pokok:

- 1) Kecepatan
- 2) Ketepatan
- 3) Keramah tamahan
- 4) Kenyamanan

Keempat unsur tersebut merupakan suatu kesatuan yang terintegrasi maksudnya pelayanan atau jasa menjadi tidak excellence bila ada komponen yang kurang. Untuk mencapai excellence karyawan atau pegawai harus memiliki kemampuan tertentu, diantaranya: berpenampilan baik, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dengan siap selalu melayani, tenang dalam bekerja, tidak tinggi hati, karena merasa dibutuhkan, menguasai pekerjaannya dengan baik tugas pada bagian departemennya maupun bagian lainnya. Mampu berkomunikasi

dengan bahasa baik bahasa isyarat dari pelanggan, dan memiliki kemampuan menanyai keluhan pelanggan secara profesional. Apabila hal tersebut dapat dilakukan maka perusahaan yang bersangkutan akan memiliki manfaat yang besar, terutama berupa kepuasan dan loyalitas pelanggan yang besar.

Kualitas sering kali diartikan sebagai segala sesuatu yang memuaskan pelanggan atau *public interest* atau *conformers* terhadap kebutuhan atau persyaratan.

Dalam hal ini tidak dapat dipungkiri bahwa kualitas pelayanan harus diperhatikan, yang mana kualitas merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

### **2.3 Kepuasan Pelanggan**

Dalam pandangan tradisional, pelanggan suatu perusahaan adalah orang yang membeli dan menggunakan produknya. Pelanggan tersebut merupakan orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah menghasilkan produk. Sedangkan pihak-pihak yang berinteraksi dengan perusahaan sebelum tahap proses menghasilkan produk dipandang sebagai pemasok.

Menurut Kotler (2002:276), kepuasan pelanggan adalah:

“kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingannya antara kesannya terhadap kinerja atau hasil sesuatu produk dan harapan-harapannya.”

Dalam hal ini Kotler memandang dari sudut tingkah laku manusia seperti diketahui bahwa manusia selalu membandingkan antara harapan dengan

kenyataan. Jadi tingkat kepuasan tugas dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan maka pelanggan akan merasa kecewa, sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas.

Menurut Tse dan Wilton dalam Tjiptono (2002:7):

“kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidak sesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual (produk yang dirasakan setelah pemakaian).”

Pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau perusahaan, maka hanya mereka yang dapat menentukan kualitasnya seperti apa dan hanya mereka yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka.

Irawan (2002:2) berpendapat bahwa:

“pelanggan yang merasa mendapat nilai dari pemasok, produsen, atau penyedia jasa *value*, ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Kalau pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan akan terjadi apabila pelanggan telah mendapatkan produk yang mereka rasakan cukup memuaskan (berkualitas). Kalau pelanggan mengatakan bahwa *value* adalah kenyamanan, maka kepuasan akan terjadi apabila pelayanan yang diperoleh pelanggan benar-benar memuaskan sehingga pelanggan mendapatkan kenyamanan bertransaksi.”

Apabila pelanggan puas mereka akan berbagi rasa pada pelanggan yang lain dan hal ini merupakan bahan referensi bagi perusahaan yang bersangkutan. Jadi apabila kepuasan terjadi maka baik produsen maupun konsumensama-sama diuntungkan. Dengan melihat hubungan ini maka kepuasan pelanggan harus menjadi salah satu hal yang menjadi tujuan utama dari setiap perusahaan.

Dari pendapat para ahli mengenai pengertian kepuasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Produk yang dihasilkan dalam memenuhi keinginan konsumen
- 2) Adanya perasaan senang dari pelanggan karena harapannya terpenuhi
- 3) Produsen selalu memperhatikan keinginan dan kebutuhan para pelanggan
- 4) Kepuasan pelanggan harus dijaga secara berkesinambungan untuk jangka panjang

Dari berbagai batasan yang dibuat para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah kondisi psikologis dari pengguna yang menyangkut kepuasan dan ketidakpuasan terhadap kinerja institusi atau lembaga, hubungan atau persepsi kebutuhan akan adanya keseimbangan perlakuan terhadap dirinya dari perusahaan yang sesuai dengan kebutuhannya.

Dari beberapa pengertian dan teori tentang kepuasan tersebut, kepuasan seseorang individu tergantung dari karakteristik individu dan situasi dimana individu itu berbeda. Persepsi seseorang terhadap apa yang seharusnya ada ditentukan oleh karakteristik dalam wujud kinerja dan variabel situasional.

Sementara persepsi tentang apa yang ada dalam kinerja sekarang, kebanyakan ditentukan oleh kondisi kinerja yang sekarang sedang berjalan.

Pengertian dimaksud juga mengandung arti bahwa kepuasan merupakan hal yang bersifat individual. Setiap individu akan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda sesuai dengan sistem nilai yang berlaku dalam dirinya, semakin banyak aspek dalam kinerja yang sesuai dengan kepentingan dan harapan individu tersebut, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan begitu pula sebaliknya.

Dalam hubungannya faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan, seperti dikutip Tjiptono (2002:232) mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan yaitu: faktor pertama adalah faktor individual yang meliputi wujud, kualitas dan harapan, faktor kedua adalah faktor sosial yang meliputi hubungan-hubungan dan pandangan masyarakat, serta faktor ketiga yaitu faktor utama dalam kinerja yang meliputi keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati, dan berwujud. Selain itu penghargaan terhadap ketepatan dalam penyelesaian, perasaan diperlakukan adil baik yang menyangkut pribadi maupun secara kelompok, golongan, dan status sosial.

Berdasarkan pandangan beberapa ahli maka faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan secara garis besar ada dua yaitu:

- 1) Faktor lingkungan

Segala faktor yang berhubungan dengan situasi dan kondisi pelayanan ternyata dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, baik secara individu maupun kelompok. Walaupun demikian secara umum dapat

digambarkan situasi dan kondisi pelayanan yang memberi kepuasan diantaranya adalah peralatan, lingkungan, keamanan, kelengkapan, dan keadaan ruangan atau lingkungan yang memberikan kenyamanan. Disamping itu faktor-faktor hubungan interpersonal, suasana, tingkah laku, *performance*, dan kebijakan manajemen perusahaan juga mempengaruhi tingkat kepuasan.

## 2) Faktor psikologis

Adalah merupakan semua faktor psikologis yang ada dalam diri individu yang mampu mempengaruhi kepuasan individu lainnya. Beberapa pengamat mengatakan bahwa secara psikologis ada tiga nilai yang mendasari kepuasan yaitu kepuasan berdasarkan kepentingan, harapan dan kenyataan. Berdasarkan ketiga komponen ini, kepuasan dapat diukur.

Lawler seperti dikutip Tjiptono (2002:232) berpendapat bahwa:

“kepuasan sangat dianalisis oleh faktor harapan. Dimana kepuasan adalah kesenjangan antara harapan dengan apa yang diperoleh. Jadi semakin jauh jarak antara harapan dengan kenyataan yang dihadapi maka semakin tidak puas seseorang.”

Tjiptono mengutip Heider (2002:232) berpendapat bahwa:

”*performance* seseorang sangat dianalisis oleh motivasi dan kepuasan. Salah satu komponen kepuasan adalah sejauh mana harapan itu dapat terwujud.”

Faktor lain yang sangat penting dalam kepuasan adalah faktor kenyataan. Faktor kenyataan menjadi penting dalam kepuasan karena kenyataan apa yang diterima seseorang sangat menentukan tingkat kepuasannya. Semakin sesuai antara kenyataan yang diterima dengan harapan dan kepentingannya maka semakin puaslah orang tersebut. Ukuran Kepuasan itu sangat didasarkan pada kenyataan yang dihadapi dan diterima individu sebagai kompensasi kebutuhan dan kepentingan diterima. Kepuasan sangat tergantung pada kesesuaian atau keseimbangan antara apa yang diharapkan dengan kenyataan yang diterima.

#### **2.4 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Harapan pelanggan diyakini memiliki peran besar dalam menentukan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya ada hubungan antara penentuan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasinya pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan. Dengan demikian harapan pelangganlah yang akan melatar belakangi mengapa dua organisasi atau lebih yang berada pada usaha bisnis sejenis dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Dalam konteks kepuasan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Pengertian ini didasarkan pada pandangan bahwa harapan merupakan standar prediksi. Selain standar prediksi ada pula yang menggunakan harapan sebagai standar ideal.



Menurut Irawan (2002:24) pada dasarnya terdapat dua tingkat harapan pelanggan:

1. Harapan yang diinginkan (*desired expectation*), harapan ini mencerminkan apa yang harus dilakukan perusahaan terhadap pelayanan kepada pelanggannya. Ini merupakan kombinasi dari apa yang perusahaan dapat lakukan dan yang tidak dapat dilakukan pada para pelanggannya.
2. Kepuasan karena kebutuhan dan harapannya terpenuhi.

Selanjutnya Irawan (2002:25) menyatakan bahwa terdapat faktor yang meminimalisasi harapan yang diinginkan, diantaranya: pengalaman masa lalu terhadap apa yang pernah digunakan, komunikasi, dan kebutuhan individu (*personal needs*).

Dari uraian tersebut maka produsen perlu memahami dan mendalami dengan sungguh-sungguh harapan-harapan pelanggan yang akan menjadi tanggung jawab karyawan perusahaan akan arti pentingnya kepuasan pelanggan.

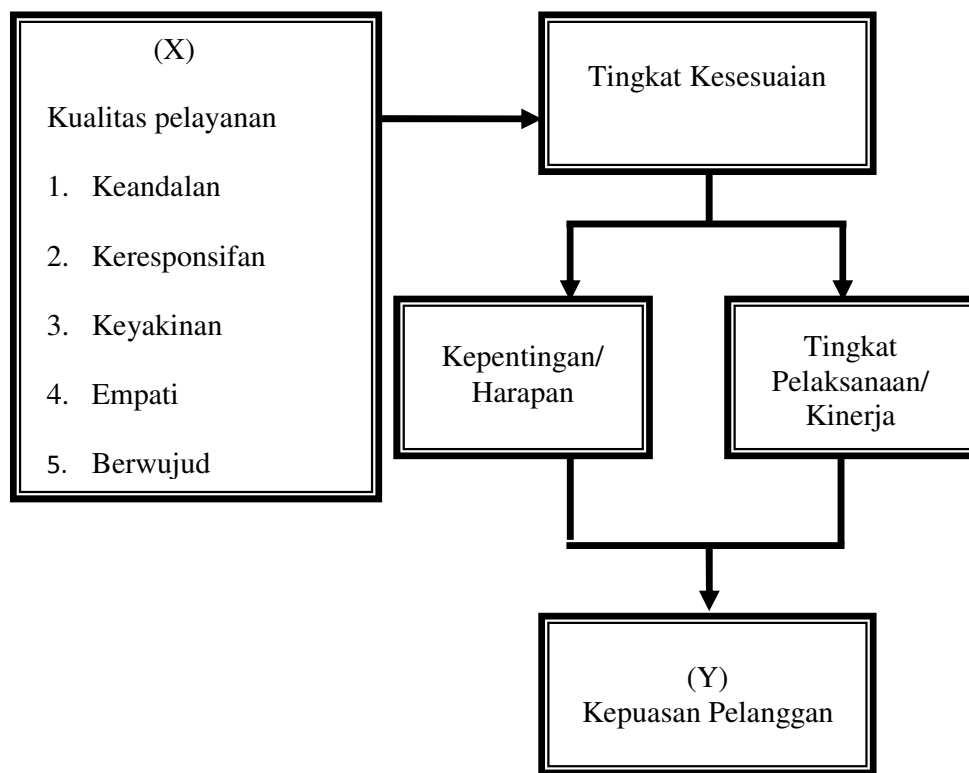
Atas dasar tersebut maka perwujudan kenyataan dari harapan menjadi kunci sukses yang harus menjadi kebijakan utama oleh setiap perusahaan, baik perusahaan negara maupun swasta. Karena kepuasan pelanggan merupakan faktor yang akan sangat penting peranannya guna mencari solusi alternatif kebijakan perusahaan berikutnya.

## **2.5 Kerangka Pemikiran**

kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang beranalisis pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan secara langsung maupun tidak langsung. Kualitas memiliki peran yang sangat dominan ketika perusahaan bersaing untuk mendapatkan pelanggan sebanyak mungkin. Mengingat pentingnya kualitas pelayanan dalam pemasaran sebuah produk, maka perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas jasa agar pelanggan mendapatkan kepuasan. Dalam hal ini pelanggan akan merasa puas ataupun kecewa ketika mereka mendapatkan kesesuaian antara harapan dan kenyataan dari sebuah produk.

Dalam usaha memberikan gambaran secara komprehensif tentang penilaian mengenai analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan cap lang, penulis menuangkan alur pikir studi kedalam kerangka penelitian dimana kualitas pelayanan dimasukkan oleh penulis sebagai faktor (X), diantaranya keandalan, koresponsifan, keyakinan, empaty, berwujud. Sedangkan tingkat kesesuaian menitik beratkan kepada pencapaian tingkat kesesuaian dari kualitas pelayanan yang meliputi kesesuaian tingkat kepentingan/harapan dengan tingkat pelaksanaan/kinerja dan terciptanya kepuasan pelanggan, dimana penulis menempatkan faktor (Y) untuk kepuasan pelanggan, seperti yang nampak pada gambar dibawah ini:

**Kerangka Pemikiran Penelitian**  
**Tentang Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**  
**Cap Lang.**



*Sumber: Tjiptono mengutip Kotler (2003:231)*

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Obyek Penelitian**

Pada penelitian ini lokasi yang dipilih adalah Daftar Register Outlet Mini Market Area Jakarta Barat, dimana outlet-outlet tersebut merupakan pelanggan tetap dari PT Target Prima Lestari (Cap Lang).

#### **3.2 Desain Penelitian**

Suatu proses penelitian dapat dilakukan dengan bermacam-macam desain atau metode tergantung metode mana yang akan digunakan yang dianggap cocok atau sesuai dengan proses penelitian yang akan dilaksanakan sehingga hasilnya akan memuaskan. Pemilihan metode yang dimaksud ditujukan selain disesuaikan dengan permasalahan yang akan diteliti juga lebih mudah dalam pengolahannya dan pelaporannya ataupun pengambilan kesimpulannya.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif yaitu digunakan untuk menggambarkan data yang dikumpulkan dalam studi penelitian, dan untuk secara akurat menjelaskan karakter dari variabel-variabel yang diamati pada sampel tertentu.

### **3.3 Variabel dan Pengukuran**

#### **3.3.1 Kualitas Pelayanan**

kualitas pelayanan adalah hal-hal yang dapat meningkatkan kinerja dari perusahaan untuk dapat mengoptimalkan pelayanan untuk konsumen/pelanggan agar diperoleh hasil yang diharapkan.

Kualitas pelayanan yang dimaksud dijabarkan dalam dua aspek sebagai variabel dalam penelitian ini, meliputi :

##### **A. Variabel Kinerja atau Tingkat Pelaksanaan Pelayanan**

- 1) Definisi konseptual kinerja adalah tindakan atau aktivitas dalam melakukan kewajiban. Dimana kinerja berarti proses berlangsungnya suatu kegiatan atau pekerjaan. Adapun kinerja pada dasarnya adalah apa yang dilakukan dan apa yang tidak dilakukan karyawan yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi hasil (output), Matlhis (2002:80).
- 2) Definisi operasional kinerja adalah suatu penilaian terhadap perilaku karyawan dalam melakukan pelayanan dan menyelesaikan pekerjaan dan hal ini menjadi penting bagi atasan atau pihak lain, karena penilaian ini menjadi tolok ukur bagi seorang karyawan dalam melakukan pelayanan atau kegiatan apakah meningkat, menurun, atau tidak ada perubahan sama sekali.
- 3) Indikator kerja atau tingkat pelaksanaan sebagai berikut :
  - a. Keandalan (*realibility*)

- b. Keresponsifan (*responsiveness*)
- c. Keyakinan (*confidence*)
- d. Empati (*emphaty*)
- e. Berwujud (*tangible*)

| Indikator     | No | Pertanyaan                            |
|---------------|----|---------------------------------------|
| Keandalan     | 1  | Ketepatan waktu kedatangan            |
|               | 2  | Ketepatan penyampaian program         |
|               | 3  | Kesesuaian pengiriman produk          |
|               | 4  | Mendengar keluhan pelanggan           |
|               | 5  | Penagihan faktur pembayaran           |
|               | 6  | Kesiapan menghadapi masalah           |
| Keresponsifan | 7  | Kemampuan menerangkan produk          |
|               | 8  | Prosedur pelayanan                    |
|               | 9  | Penyampaian informasi                 |
|               | 10 | Pengambilan keputusan                 |
| Keyakinan     | 11 | Keaslian produk                       |
|               | 12 | Kepercayaan pelanggan terhadap produk |
|               | 13 | Keefektifan komunikasi                |
|               | 14 | Keterampilan                          |
|               | 15 | Pengetahuan                           |
|               | 16 | Tingkat kesopanan                     |
|               | 17 | Jaminan produk                        |
| Empati        | 18 | Pengembalian produk                   |
|               | 19 | Kepedulian                            |
|               | 20 | Harga yang dijual pelanggan           |
| Berwujud      | 21 | Kebersihan produk                     |
|               | 22 | Kerapian berpenampilan                |
|               | 23 | Keramahan sikap                       |
|               | 24 | Menerangkan produk                    |
|               | 25 | Penataan produk                       |

#### B. Variabel Harapan atau Tingkat Kepentingan Pelayanan

Harapan atau tingkat kepentingan adalah hal-hal yang ingin dicapai oleh pelanggan dan perusahaan untuk terciptanya hubungan yang lebih baik dimasa yang akan datang.

- 1) Definisi konseptual harapan adalah hubungan yang erat antara pengertian seseorang mengenai suatu tingkah laku, dengan hasil yang ingin diperolehnya sebagai harapan suatu kesempatan yang diberikan terjadi karena perilaku.
- 2) Definisi operasional harapan adalah merupakan energi penggerak untuk melakukan suatu kegiatan yang karena terarah untuk mencapai sesuatu yang diinginkan, Simatupang (2003:2). Hal ini dilakukan karena adanya sesuatu harapan atas kegiatan tertentu.
- 3) Indikator harapan atau tingkat kepentingan sebagai berikut :
  - a. Keandalan (*reability*)
  - b. Keresponsifan (*responsiveness*)
  - c. Keyakinan (*confidance*)
  - d. Empati (*emphaty*)
  - e. Berwujud (*tangible*)

| <b>Indikator</b> | <b>No</b> | <b>Pertanyaan</b>                     |
|------------------|-----------|---------------------------------------|
| Keandalan        | 1         | Ketepatan waktu kedatangan            |
|                  | 2         | Ketepatan penyampaian program         |
|                  | 3         | Kesesuaian pengiriman produk          |
|                  | 4         | Mendengar keluhan pelanggan           |
|                  | 5         | Penagihan faktur pembayaran           |
|                  | 6         | Kesiapan menghadapi masalah           |
| Keresponsifan    | 7         | Kemampuan menerangkan produk          |
|                  | 8         | Prosedur pelayanan                    |
|                  | 9         | Penyampaian informasi                 |
|                  | 10        | Pengambilan keputusan                 |
| Keyakinan        | 11        | Keaslian produk                       |
|                  | 12        | Kepercayaan pelanggan terhadap produk |
|                  | 13        | Keefektifan komunikasi                |
|                  | 14        | Keterampilan                          |
|                  | 15        | Pengetahuan                           |
|                  | 16        | Tingkat kesopanan                     |
|                  | 17        | Jaminan produk                        |
| Empati           | 18        | Pengembalian produk                   |
|                  | 19        | Kepedulian                            |
|                  | 20        | Harga yang dijual pelanggan           |
| Berwujud         | 21        | Kebersihan produk                     |
|                  | 22        | Kerapian berpenampilan                |
|                  | 23        | Keramahan sikap                       |
|                  | 24        | Menerangkan produk                    |
|                  | 25        | Penataan produk                       |

Berdasarkan indikator-indikator pada variabel penelitian ini yang disebutkan diatas, kemudian disusun kuesioner untuk memberikan pertanyaan pada responden.



### 3.3.2 Skala Likert

Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik skala ordinal. Seperti pada umumnya model penelitian dengan teknik penyebaran kuesioner maka teknik skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik Skala Likert yaitu berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya untuk kinerja meliputi sangat baik, baik, cukup baik, tidak baik dan sangat tidak baik, sedangkan untuk harapan meliputi sangat penting, penting, cukup penting, tidak penting, dan sangat tidak penting. Lihat tabel berikut :

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert**

| JAWABAN           |                      | BOBOT<br>(Skor) |
|-------------------|----------------------|-----------------|
| Kinerja           | Harapan              |                 |
| Sangat Baik       | Sangat Penting       | 5               |
| Baik              | Penting              | 4               |
| Cukup Baik        | Cukup Penting        | 3               |
| Tidak Baik        | Tidak Penting        | 2               |
| Sangat Tidak Baik | Sangat Tidak Penting | 1               |

Sumber : J. Supranto, 2003. "Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran"

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

#### 1. Penelitian Lapangan

Yaitu data diperoleh melalui penelitian lapangan salah satunya adalah dengan cara menyebarkan kuesioner. Kuesioner adalah usaha untuk memperoleh data yang diperlukan dengan membuat daftar pertanyaan secara tertulis disertai kemungkinan jawaban yang harus dipilih.

### **3.5 Jenis Data**

Untuk data mendukung model penelitian jenis ini maka penulis memerlukan sumber data. Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi :

#### **1.Data Primer**

Data primer diperoleh setelah penulis membuat kuesioner yang telah diisi oleh obyek yang dijadikan penelitian oleh penulis. Dalam hal ini data primer adalah data kuesioner yang disebar kepada pelanggan Cap Lang. Yang terdiri dari toko-toko/ outlet yang mendistribusikan Cap Lang.

### **3.6 Populasi dan Sampel**

#### **3.6.1 Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan tetap Cap Lang pada outlet mini market area Jakarta barat, dimana terdapat jumlah populasi sebanyak 80 outlet.

### 3.6.2 Sampel

Dalam penelitian sampel pada penelitian ini adalah didasarkan pada kriteria populasi jumlah konsumen atau pelanggan selama satu bulan. Dari kriteria tersebut, maka didapatkan populasi sebanyak 80 orang yang selanjutnya digunakan untuk menentukan jumlah sampel oleh peneliti dengan metode survei menggunakan rumus slovin, Umar (2003), sebagai berikut :

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

$$n = \frac{80}{1 + 80 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{80}{1 + 0,8}$$

$$n = 44,4$$

$$n = 44$$

Dimana :

n = Sampel

N = Populasi

e = Nilai kritis penelitian dengan tingkat toleransi sekitar 10%

Dalam hal ini dengan tingkat kemungkinan kesalahan 10% dan populasinya adalah konsumen atau pelanggan tetap Cap Lang, yaitu sebanyak 80 orang. Dengan menggunakan rumus di atas didapatkan sampel sekitar 44 orang sebagai responden dalam penelitian ini.

Penentuan sampel yang dijadikan responden dengan menggunakan metode *purposive sampling* (sampel bertujuan), dimana yang diberikan kuesioner adalah mini market yang menjadi pelanggan tetap Cap Lang.

### **3.7 Metode Analisis Data**

#### **3.7.1 Deskriptif**

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan data yang dikumpulkan dalam studi penelitian, dan untuk secara akurat menjelaskan karakter dari variabel-variabel yang diamati pada sampel tertentu. Analisis deskriptif sering kali digunakan untuk membuat gambaran ringkas suatu sampel penelitian.

#### **3.8 Diagram Cartesius**

Data yang dikumpulkan diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis *Importance – Performance Analysis*, yaitu analisis yang digunakan untuk menjawab perumusan masalah mengenai sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan atas pelayanan terhadap kinerja Cap Lang. Analisis ini diawali dengan menghitung tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan tingkat pelaksanaan, adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

$TK_i$  = Tingkat kesesuaian responden

$X_i$  = Skor penilaian responden terhadap kinerja (tingkat pelaksanaan)  
Cap Lang

$Y_i$  = Skor penilaian responden terhadap harapan kualitas pelayanan  
(tingkat kepentingan) Cap Lang

Langkah berikutnya adalah dengan menentukan skor rata-rata tingkat pelaksanaan dan tingkat kepentingan, sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Dimana :

$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan

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

$n$  = Jumlah responden

Selanjutnya nilai rata-rata tersebut digunakan untuk menghitung rata-rata dari rata-rata tingkat pelaksanaan dan rata-rata tingkat kepentingan, sebagai berikut :

pelaksanaan dan tingkat kepentingan, sebagai berikut :

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

Dimana :

Avg  $\bar{\bar{X}}$  = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan

Avg  $\bar{\bar{Y}}$  = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan

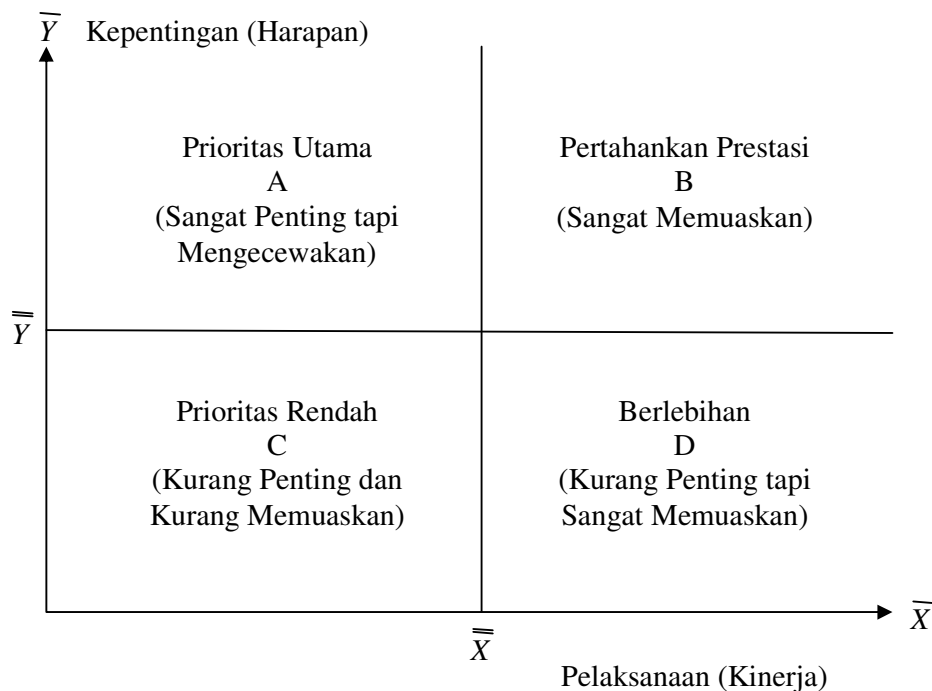
$k$  = Jumlah atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan

Langkah terakhir adalah nilai rata-rata di atas diplotkan ke dalam sebuah diagram, yaitu diagram cartesius. Diagram cartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik  $(\bar{\bar{X}}, \bar{\bar{Y}})$ , dimana  $\bar{\bar{X}}$  adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kinerja, sedangkan  $\bar{\bar{Y}}$  adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan yang mempengaruhi kepuasan pelayanan Cap Lang.

Penggunaan diagram cartesius mengenai tingkat kepuasan pelanggan Cap Lang dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut

**Tabel 3.2**

**Diagram Cartesius**



Keterangan :

1. Daerah A, menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur yang dianggap penting, namun dalam pelaksanaannya belum sesuai dengan keinginan pelanggan. Daerah ini mencerminkan kondisi mengecewakan atau tidak memuaskan.
2. Daerah B, menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan oleh Cap Lang dan sesuai dengan kepentingan pelanggan. Daerah ini mencerminkan kondisi sangat penting dan sangat memuaskan.
3. Daerah C, menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan dan pelaksanaannya oleh Cap Lang biasa-biasa saja. Daerah ini mencerminkan kondisi yang kurang penting dan kurang memuaskan.
4. Daerah D, menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Daerah ini mencerminkan kondisi kurang penting tapi sangat memuaskan.

Selanjutnya diagram cartesius tersebut digunakan untuk memberikan penilaian atas kualitas pelayanan Cap Lang. Penilaian tersebut adalah dengan melihat tingkat penyebaran item hasil jawaban responden, jika tingkat penyebarannya mayoritas berada pada daerah B, yang menunjukkan unsur jasa pokok telah berhasil dilaksanakan oleh Cap Lang sesuai dengan kepentingan pelanggan dan berarti sangat memuaskan. Dan sebaliknya jika tingkat penyebaran item pertanyaan mayoritas berada di luar daerah B, maka penilaiannya adalah tidak memuaskan.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Analisis Data Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Deskripsi Data Identitas Responden**

Data-data yang dikumpulkan oleh penulis didapat melalui penyebaran kuesioner kepada para pelanggan atau konsumen Cap Lang. Penyebaran kuesioner ini yang disebar sebanyak 44 lembar kuesioner kepada para konsumen atau pelanggan tersebut. Data responden yang mengisi kuesioner adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Data Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan**

| <b>NO</b> | <b>Lama Menjadi Pelanggan</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------------------|---------------|---------------------|
| 1         | < 1 Tahun                     | 8             | 18.18%              |
| 2         | 2 Tahun                       | 11            | 25%                 |
| 3         | 3 Tahun                       | 9             | 20.45%              |
| 4         | 4 Tahun                       | 5             | 11.36%              |
| 5         | 5 Tahun Keatas                | 11            | 25%                 |
|           | <b>Jumlah</b>                 | <b>44</b>     | <b>100%</b>         |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.1 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjumlah 22 pelanggan (50%) sudah menjadi pelanggan selama 2 tahun dan 5 tahun keatas selanjutnya 9 pelanggan (20.45%) menjadi pelanggan 3 tahun selanjutnya 8 pelanggan (18.18%) menjadi pelanggan kurang dari 1 tahun dan 5 pelanggan (11.36%) menjadi pelanggan 4 tahun.



**Tabel 4.2**

**Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| <b>NO</b> | <b>Jenis Kelamin</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Laki-Laki            | 30            | 68.18%              |
| 2         | Perempuan            | 14            | 31.82%              |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>100%</b>         |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.2 dapat diketahui bahwa 68.18% konsumen atau pelanggan Cap Lang dimiliki atau dikelola oleh laki –laki dan 31.82% dikelola oleh perempuan.

**Tabel 4.3**

**Data Responden Berdasarkan Usia**

| <b>NO</b> | <b>Usia (Tahun)</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|---------------------|---------------|---------------------|
| 1         | 20 - 25             | 13            | 29.54%              |
| 2         | 26 - 30             | 15            | 34.09%              |
| 3         | 31 - 40             | 10            | 22.73%              |
| 4         | 41 - 50             | 3             | 6.82%               |
| 5         | 50 Keatas           | 3             | 6.82%               |
|           | <b>Jumlah</b>       | <b>44</b>     | <b>100%</b>         |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.3 dapat diketahui bahwa sebagian besar usia rata-rata konsumen atau pelanggan Cap Lang berkisar di antara 26-30 tahun dengan persentase sebesar 34.09% dan usia tertua berada pada usia 41-50 dan 50 keatas dengan persentase 13.64%.

**Tabel 4.4**

**Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

| <b>NO</b> | <b>Tingkat Pendidikan</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|---------------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Tidak Tamat SD            | 0             | 0                   |
| 2         | SD                        | 0             | 0                   |
| 3         | SLTP / Sederajat          | 1             | 2.27%               |
| 4         | SLTA / Sederajat          | 33            | 75%                 |
| 5         | D1 - D3                   | 8             | 18.18%              |
| 6         | S1 - S3                   | 2             | 4.55%               |
|           | <b>Jumlah</b>             | <b>44</b>     | <b>100%</b>         |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa sebagian besar tingkat pendidikan konsumen atau pelanggan Cap Lang rata-rata SLTA/ Sederajat dengan persentase 75% dan pendidikan S1-S3 merupakan persentase terendah pada jenjang tingkat pendidikan pelanggan Cap Lang yaitu 2 pelanggan ( 4.55%).

**Tabel 4.5**

**Data Responden Berdasarkan Pekerjaan**

| <b>NO</b> | <b>Pekerjaan</b>     | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Karyawan Mini Market | 32            | 72.73%              |
| 2         | Pengelola / Pemilik  | 3             | 6.82%               |
| 3         | Karyawan Swasta      | 1             | 2.27%               |
| 4         | Wiraswasta           | 7             | 15.91%              |
| 5         | Pengusaha            | 1             | 2.27%               |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>100%</b>         |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa sebagian besar pekerjaan dari pelanggan atau konsumen Cap Lang adalah karyawan mini market itu sendiri dengan persentase 72.73% dan berdasarkan pekerjaan pelanggan Cap Lang yang

terkecil dikelola oleh karyawan swasta dan pengusaha berjumlah 2 orang dengan persentase (4.54%).

#### **4.1.2 Analisis Hasil Jawaban Responden**

Analisis ini diawali dengan mendeskripsikan hasil jawaban kuesioner dengan mendasarkan pada dua variabel, yaitu variabel X ( kinerja/tingkat pelaksanaan ) dan variabel Y (harapan/tingkat kepentingan). Hasil jawaban dari responden mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Cap Lang.

##### **4.1.2.1 Jawaban Kuesioner Tentang Variabel Harapan**

###### **I. Indikator Keandalan**

Pertanyaan 1 : Ketepatan Waktu Kedatangan Salesman

**Tabel 4.6**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 13            | 29.55%              |
| 2         | Penting              | 23            | 52.27%              |
| 3         | Cukup Penting        | 8             | 18.18%              |
| 4         | Tidak Penting        | 0             | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.6 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 23 orang dengan persentase (52.27%) dan responden yang menjawab cukup penting sebanyak 8 orang dengan persentase (18.18%).

Pertanyaan2 : Ketepatan dalam penyampaian program-program berjalan

**Tabel 4.7**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 10            | 22.73%              |
| 2         | Penting              | 25            | 56.82%              |
| 3         | Cukup Penting        | 9             | 20.45%              |
| 4         | Tidak Penting        | 0             | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.7 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 25 orang dengan persentase (56.82%) dan responden yang menjawab cukup penting sebanyak 9 orang dengan persentase (20.45%).

Pertanyaan3: kesesuaian dalam pengiriman produk yang dipesan

**Tabel 4.8**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 10            | 22.73%              |
| 2         | Penting              | 19            | 43.18%              |
| 3         | Cukup Penting        | 15            | 34.09%              |
| 4         | Tidak Penting        | 0             | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.8 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 19 orang dengan persentase (43.18%) dan responden yang menjawab sangat penting berjumlah 10 orang dengan persentase (22.73%)

Pertanyaan 4: keramahan serta kesiapan mendengar keluhan pelanggan

**Tabel 4.9**

| NO | Kategori             | Jumlah    | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 10        | 22.73%       |
| 2  | Penting              | 30        | 68.18%       |
| 3  | Cukup Penting        | 4         | 9.09%        |
| 4  | Tidak Penting        | 0         | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.9 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 30 orang dengan persentase (68.18%) dan menjawab cukup penting berjumlah 4 orang dengan persentase (9.09%).

Pertanyaan5: keramahan dalam penagihan faktur pembayaran

**Tabel 4.10**

| NO | kategori             | Jumlah    | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 10        | 22.73%       |
| 2  | Penting              | 17        | 38.64%       |
| 3  | Cukup Penting        | 16        | 36.36%       |
| 4  | Tidak Penting        | 1         | 2.27%        |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.10 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 17 orang dengan persentase (38.64%) dan ada responden yang menjawab tidak penting untuk pertanyaan keramahan dalam penagihan faktur pembayaran 1 orang dengan persentase (2.27%).

Pertanyaan6: kesiapan salesman dalam menghadapi masalah yang timbul

**Tabel 4.11**

| NO | kategori             | Jumlah    | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 12        | 27.27%       |
| 2  | Penting              | 15        | 34.09%       |
| 3  | Cukup Penting        | 16        | 36.36%       |
| 4  | Tidak Penting        | 1         | 2.27%        |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.11 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 16 orang dengan persentase (36.36%) dan responden yang menjawab tidak penting ada 1 orang dengan persentase (2.27%).

## II. Indikator Keresponsifan

Pertanyaan 7: kemampuan salesman dalam menerangkan produk

**Tabel 4.12**

| NO | kategori             | Jumlah    | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 14        | 31.82%       |
| 2  | Penting              | 21        | 47.73%       |
| 3  | Cukup Penting        | 7         | 15.91%       |
| 4  | Tidak Penting        | 2         | 4.54%        |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.12 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 21 orang dengan

persentase (47.73%) dan 2 orang responden menjawab tidak penting dengan persentase (4.54%).

Pertanyaan8: kejelasan penyampaian prosedur pelayanan pelanggan

**Tabel 4.13**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 9             | 20.45%              |
| 2         | Penting              | 20            | 45.45%              |
| 3         | Cukup Penting        | 13            | 29.55%              |
| 4         | Tidak Penting        | 2             | 4.54%               |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.13 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 20 orang dengan persentase (45.45%) dan 2 orang responden menjawab tidak penting dengan persentase (4.54%).

Pertanyaan9: kejelasan penyampaian informasi

**Tabel 4.14**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 8             | 18.18%              |
| 2         | Penting              | 24            | 54.55%              |
| 3         | Cukup Penting        | 11            | 25%                 |
| 4         | Tidak Penting        | 1             | 2.27%               |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             |                     |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.14 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 24 orang dengan

persentase (54.55%) dan 1 orang menjawab tidak penting dengan persentase (2.27%).

Pertanyaan10: kemampuan dalam mengambil keputusan

**Tabel 4.15**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 6             | 13.64%              |
| 2         | Penting              | 21            | 47.73%              |
| 3         | Cukup Penting        | 16            | 36.36%              |
| 4         | Tidak Penting        | 1             | 2.27%               |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.15 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 21 orang dengan persentase (47.73%) dan 1 orang responden menjawab tidak penting dengan persentase (2.27%).

### III. Indikator Keyakinan

Pertanyaan11: kualitas akan keaslian produk

**Tabel 4.16**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 18            | 40.91%              |
| 2         | Penting              | 15            | 34.09%              |
| 3         | Cukup Penting        | 10            | 22.73%              |
| 4         | Tidak Penting        | 1             | 2.27%               |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data



Dari tabel 4.16 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab sangat penting dengan jumlah responden sebanyak 18 orang dengan persentase (40.91%) dan 1 orang menjawab tidak penting dengan persentase (2.27%).

Pertanyaan12: tingkat kepercayaan pelanggan terhadap produk

**Tabel 4.17**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 10            | 22.73%              |
| 2         | Penting              | 24            | 54.54%              |
| 3         | Cukup Penting        | 10            | 22.73%              |
| 4         | Tidak Penting        | 0             | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.17 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 24 orang dengan persentase (54.54%) dan responden sisanya menjawab sangat penting dan cukup penting masing-masing berjumlah 10 orang dengan persentase (22.73%).

Pertanyaan13: keefektifan komunikasi yang dilakukan dengan pelanggan

**Tabel 4.18**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 7             | 15.91%              |
| 2         | Penting              | 24            | 54.54%              |
| 3         | Cukup Penting        | 13            | 29.55%              |
| 4         | Tidak Penting        | 0             | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.18 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 24 orang dengan persentase (54.54%) dan responden yang menjawab sangat penting berjumlah 7 orang dengan persentase (15.91%).

Pertanyaan 14: keterampilan salesman dalam memberikan pelayanan

**Tabel 4.19**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 11            | 25%                 |
| 2         | Penting              | 22            | 50%                 |
| 3         | Cukup Penting        | 9             | 20.45%              |
| 4         | Tidak Penting        | 2             | 4.55%               |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.19 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 22 orang dengan persentase (50%) dan 2 orang responden menjawab tidak penting dengan persentase (4.55%)

Pertanyaan 15: pengetahuan dan kecakapan salesman

**Tabel 4.20**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 10            | 22.73%              |
| 2         | Penting              | 24            | 54.54%              |
| 3         | Cukup Penting        | 10            | 22.73%              |
| 4         | Tidak Penting        | 0             | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.20 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 24 orang dengan persentase (54.54%) dan responden yang menjawab sangat penting dan cukup penting masing-masing 10 orang dengan persentase (22.73%).

Pertanyaan 16: tingkat kesopanan dan keramahan salesman

**Tabel 4.21**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 17            | 38.64%              |
| 2         | Penting              | 15            | 34.09%              |
| 3         | Cukup Penting        | 11            | 25%                 |
| 4         | Tidak Penting        | 1             | 2.27%               |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.21 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab sangat penting dengan jumlah responden sebanyak 17 orang dengan persentase (38.64%) dan menjawab penting 15 orang dengan persentase (34.09%) dan menjawab tidak penting 1 orang dengan persentase (2.27%).

Pertanyaan 17: jaminan terhadap produk yang rusak

**Tabel 4.22**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 11            | 25%                 |
| 2         | Penting              | 15            | 34.09%              |
| 3         | Cukup Penting        | 16            | 36.36%              |
| 4         | Tidak Penting        | 2             | 4.55%               |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.22 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 16 orang dengan persentase (36.36%) dan responden yang menjawab penting 15 orang dengan persentase (34.09%) dan yang menjawab tidak penting berjumlah 2 orang dengan persentase (4.55%).

#### IV. Indikator Empati

Pertanyaan 18: pengembalian produk-produk yang tidak laku

**Tabel 4.23**

| NO | kategori             | Jumlah    | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 10        | 22.73%       |
| 2  | Penting              | 20        | 45.45%       |
| 3  | Cukup Penting        | 14        | 31.82%       |
| 4  | Tidak Penting        | 0         | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.23 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 20 orang dengan persentase (45.45%) dan cukup penting 14 orang dengan persentase (31.82%) dan menjawab sangat penting 10 orang dengan persentase (22.73%).

Pertanyaan 19: kepedulian salesman terhadap produk

**Tabel 4.24**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 9             | 20.45%              |
| 2         | Penting              | 24            | 54.55%              |
| 3         | Cukup Penting        | 11            | 25%                 |
| 4         | Tidak Penting        | 0             | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.24 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 24 orang dengan persentase (54.55%) dan menjawab sangat penting 9 orang dengan persentase (20.45%).

Pertanyaan 20: kepedulian salesman terhadap harga yang dijual pelanggan

**Tabel 4.25**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 10            | 22.73%              |
| 2         | Penting              | 17            | 38.64%              |
| 3         | Cukup Penting        | 16            | 36.36%              |
| 4         | Tidak Penting        | 1             | 2.27%               |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.25 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 17 orang dengan persentase (38.64%) sangat penting 10 orang dengan persentase (22.73%) dan menjawab tidak penting 1 orang dengan persentase (2.27%).

## V. Indikator Berwujud

Pertanyaan 21: kebersihan produk yang dijual pelanggan

**Tabel 4.26**

| NO | kategori             | Jumlah    | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 12        | 27.27%       |
| 2  | Penting              | 24        | 54.55%       |
| 3  | Cukup Penting        | 8         | 18.18%       |
| 4  | Tidak Penting        | 0         | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.26 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 24 orang dengan persentase (54.55%) dan menjawab cukup penting 8 orang dengan persentase (18.18%).

Pertanyaan 22: kerapian berpenampilan salesman

**Tabel 4.27**

| NO | kategori             | Jumlah    | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 20        | 45.45%       |
| 2  | Penting              | 17        | 38.64%       |
| 3  | Cukup Penting        | 7         | 15.91%       |
| 4  | Tidak Penting        | 0         | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.27 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab sangat penting dengan jumlah responden sebanyak 20 orang

dengan persentase (45.45%) yang menjawab cukup penting 7 orang dengan persentase (15.91%).

Pertanyaan 23: keramahan dalam bersikap

**Tabel 4.28**

| NO | kategori             | Jumlah    | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 17        | 38.64%       |
| 2  | Penting              | 18        | 40.91%       |
| 3  | Cukup Penting        | 8         | 18.18%       |
| 4  | Tidak Penting        | 1         | 2.27%        |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.28 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 18 orang dengan persentase (40.91%) dan menjawab cukup penting 8 orang dengan persentase (18.18%) dan menjawab tidak penting 1 orang dengan persentase (2.27%).

Pertanyaan 24: kejelasan dalam menerangkan produk baru

**Tabel 4.29**

| NO | kategori             | Jumlah    | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 14        | 31.82%       |
| 2  | Penting              | 21        | 47.73%       |
| 3  | Cukup Penting        | 9         | 20.45%       |
| 4  | Tidak Penting        | 0         | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.29 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 21 orang dengan

persentase (47.73%) dan menjawab sangat penting 14 orang dengan persentase (31.82%) dan menjawab cukup penting 9 orang dengan persentase (20.45%).

Pertanyaan 25: kepedulian salesman dalam penataan produk

**Tabel 4.30**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 5             | 11.36%              |
| 2         | Penting              | 21            | 47.73%              |
| 3         | Cukup Penting        | 18            | 40.91%              |
| 4         | Tidak Penting        | 0             | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.7 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab penting dengan jumlah responden sebanyak 21 orang dengan persentase (47.73%) dan menjawab sangat penting 5 orang dengan persentase (11.36%).



#### 4.1.2.2 Jawaban Kuesioner Tentang Variabel kinerja

##### I. Indikator Keandalan

Pertanyaan 1 : Ketepatan Waktu Kedatangan Salesman

**Tabel 4.31**

| NO | kategori          | Jumlah    | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 15        | 34.09%       |
| 2  | Baik              | 17        | 38.64%       |
| 3  | Cukup Baik        | 12        | 27.27%       |
| 4  | Tidak Baik        | 0         | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.31 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 17 orang dengan persentase (38.64%) dan menjawab cukup baik berjumlah 12 orang dengan persentase (27.27%).

Pertanyaan2 : Ketepatan dalam penyampaian program-program berjalan

**Tabel 4.32**

| NO | kategori          | Jumlah    | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 9         | 20.45%       |
| 2  | Baik              | 24        | 54.55%       |
| 3  | Cukup Baik        | 11        | 25%          |
| 4  | Tidak Baik        | 0         | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.32 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 24 orang dengan

persentase (54.55%) dan menjawab sangat baik berjumlah 9 orang dengan persentase (20.45%).

Pertanyaan3: kesesuaian dalam pengiriman produk yang dipesan

**Tabel 4.33**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 8             | 18.18%              |
| 2         | Baik              | 23            | 52.3%               |
| 3         | Cukup Baik        | 12            | 27.3%               |
| 4         | Tidak Baik        | 1             | 2.27%               |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.33 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 23 orang dengan persentase (52.3%) dan menjawab sangat baik 8 orang dengan persentase (18.18%) dan menjawab tidak baik 1 orang dengan persentase (2.27%).

Pertanyaan 4: keramahan serta kesiapan mendengar keluhan pelanggan

**Tabel 4.34**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 9             | 20.45%              |
| 2         | Baik              | 30            | 68.18%              |
| 3         | Cukup Baik        | 5             | 11.36%              |
| 4         | Tidak Baik        | 0             | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.34 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 30 orang dengan

persentase (68.18%) dan yang menjawab cukup baik berjumlah 5 orang dengan persentase (11.36%).

Pertanyaan5: keramahan dalam penagihan faktur pembayaran

**Tabel 4.35**

| NO | kategori          | Jumlah    | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 10        | 22.73%       |
| 2  | Baik              | 13        | 29.54%       |
| 3  | Cukup Baik        | 21        | 47.73%       |
| 4  | Tidak Baik        | 0         | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.35 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab cukup baik dengan jumlah responden sebanyak 21 orang dengan persentase (47.73%) dan yang menjawab sangat baik berjumlah 10 orang dengan persentase (22.73%)

Pertanyaan6: kesiapan salesman dalam menghadapi masalah yang timbul

**Tabel 4.36**

| NO | kategori          | Jumlah    | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 12        | 27.27%       |
| 2  | Baik              | 19        | 43.18%       |
| 3  | Cukup Baik        | 11        | 25%          |
| 4  | Tidak Baik        | 2         | 4.55%        |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.36 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 19 orang dengan persentase (43.18%) dan menjawab cukup baik 11 orang dengan persentase (25%) dan menjawab tidak baik 2 orang dengan persentase (4.55%).

## II. Indikator Keresponsifan

Pertanyaan 7: kemampuan salesman dalam menerangkan produk

**Tabel 4.37**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 12            | 27.27%              |
| 2         | Baik              | 24            | 54.55%              |
| 3         | Cukup Baik        | 7             | 15.91%              |
| 4         | Tidak Baik        | 1             | 2.27%               |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.37 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 24 orang dengan persentase (54.55%) dan menjawab cukup baik 7 orang dengan persentase (15.91%) dan menjawab tidak baik 1 orang dengan persentase (2.27%).

Pertanyaan8: kejelasan penyampaian prosedur pelayanan pelanggan

**Tabel 4.38**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 9             | 20.45%              |
| 2         | Baik              | 19            | 43.18%              |
| 3         | Cukup Baik        | 13            | 29.55%              |
| 4         | Tidak Baik        | 3             | 6.82%               |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.38 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang

mayoritas menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 19 orang dengan persentase (43.18%) dan yang menjawab tidak baik berjumlah 3 orang dengan persentase (6.82%).

Pertanyaan9: kejelasan penyampaian informasi

**Tabel 4.39**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 8             | 18.18%              |
| 2         | Baik              | 26            | 59.09%              |
| 3         | Cukup Baik        | 8             | 18.18%              |
| 4         | Tidak Baik        | 2             | 4.55%               |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.39 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 26 orang dengan persentase (59.09%) dan menjawab sangat baik dan cukup baik masing-masing 8

orang dengan persentase (18.18%) dan menjawab tidak baik 2orang dengan persentase (4.55%).

Pertanyaan10: kemampuan dalam mengambil keputusan

**Tabel 4.40**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 6             | 13.64%              |
| 2         | Baik              | 18            | 40.91%              |
| 3         | Cukup Baik        | 19            | 43.18%              |
| 4         | Tidak Baik        | 1             | 2.27%               |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.40 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab cukup baik dengan jumlah responden sebanyak 19 orang dengan persentase (40.91%) dan yang menjawab sangat baik 6 orang dengan persentase (13.64%) dan yang menjawab tidak penting berjumlah 1 orang dengan persentase (2.27%).

### III. Indikator Keyakinan

Pertanyaan11: kualitas akan keaslian produk

**Tabel 4.41**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 13            | 29.55%              |
| 2         | Baik              | 20            | 45.45%              |
| 3         | Cukup Baik        | 11            | 25%                 |
| 4         | Tidak Baik        | 0             | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.41 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 20 orang dengan persentase (45.45%) dan yang menjawab cukup baik 11 orang dengan persentase (25%).

Pertanyaan12: tingkat kepercayaan pelanggan terhadap produk

**Tabel 4.42**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 12            | 27.27%              |
| 2         | Baik              | 18            | 40.91%              |
| 3         | Cukup Baik        | 13            | 29.55%              |
| 4         | Tidak Baik        | 1             | 2.27%               |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.42 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 18 orang dengan persentase (40.91%) dan sangat baik 12 orang dengan persentase (27.27%) dan 1 orang menjawab tidak baik dengan persentase (2.27%).

Pertanyaan13: keefektifan komunikasi yang dilakukan dengan pelanggan

**Tabel 4.43**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 11            | 25%                 |
| 2         | Baik              | 19            | 43.18%              |
| 3         | Cukup Baik        | 14            | 31.82%              |
| 4         | Tidak Baik        | 0             | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.43 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 19 orang dengan persentase (43.18%) dan sangat baik 11 orang dengan persentase (25%).

Pertanyaan 14: keterampilan salesman dalam memberikan pelayanan

**Tabel 4.44**

| NO | kategori          | Jumlah    | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 12        | 27.27%       |
| 2  | Baik              | 19        | 43.18%       |
| 3  | Cukup Baik        | 12        | 27.27%       |
| 4  | Tidak Baik        | 1         | 2.27%        |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.44 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 19 orang dengan persentase (43.18%) dan 12 orang menjawab sangat baik dan cukup baik dengan persentase (27.27%) dan tidak baik 1 orang dengan persentase (2.27%).

Pertanyaan 15: pengetahuan dan kecakapan salesman

**Tabel 4.45**

| NO | kategori          | Jumlah    | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 11        | 25%          |
| 2  | Baik              | 19        | 43.18%       |
| 3  | Cukup Baik        | 12        | 27.27%       |
| 4  | Tidak Baik        | 2         | 4.55%        |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data



Dari tabel 4.45 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 19 orang dengan persentase (43.18%) dan 11 orang menjawab sangat baik dengan persentase (25%) dan menjawab tidak baik 2 orang dengan persentase (4.55%).

Pertanyaan 16: tingkat kesopanan dan keramahan salesman

**Tabel 4.46**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 14            | 31.82%              |
| 2         | Baik              | 17            | 38.64%              |
| 3         | Cukup Baik        | 12            | 27.27%              |
| 4         | Tidak Baik        | 1             | 2.27%               |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.46 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 17 orang dengan persentase (38.64%) dan menjawab cukup baik 12 orang dengan persentase (27.27%) dan menjawab tidak baik 1 orang dengan persentase (2.27%).

Pertanyaan 17: jaminan terhadap produk yang rusak

**Tabel 4.47**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 13            | 29.55%              |
| 2         | Baik              | 17            | 38.64%              |
| 3         | Cukup Baik        | 13            | 29.54%              |
| 4         | Tidak Baik        | 1             | 2.27%               |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.47 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 17 orang dengan persentase (38.64%) dan menjawab sangat baik dan cukup baik 13 orang dengan persentase (29.55%) dan menjawab tidak baik 1 orang dengan persentase (2.27%).

#### IV. Indikator Empati

Pertanyaan 18: pengembalian produk-produk yang tidak laku

**Tabel 4.48**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 5             | 11.36%              |
| 2         | Baik              | 16            | 36.36%              |
| 3         | Cukup Baik        | 22            | 50%                 |
| 4         | Tidak Baik        | 1             | 2.27%               |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.48 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab cukup baik dengan jumlah responden sebanyak 22 orang dengan persentase (50%) dan menjawab sangat baik 5 orang dengan persentase (11.36%) dan menjawab tidak baik 1 orang dengan persentase (2.27%).

Pertanyaan 19: kepedulian salesman terhadap produk

**Tabel 4.49**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 5             | 11.36%              |
| 2         | Baik              | 28            | 63.64%              |
| 3         | Cukup Baik        | 11            | 25%                 |
| 4         | Tidak Baik        | 0             | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.49 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 28 orang dengan persentase (63.64%) dan menjawab cukup baik 11 orang dengan persentase (25%) dan menjawab sangat baik 5 orang dengan persentase (11.36%).

Pertanyaan 20: kepedulian salesman terhadap harga yang dijual pelanggan

**Tabel 4.50**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 9             | 20.45%              |
| 2         | Baik              | 19            | 43.18%              |
| 3         | Cukup Baik        | 12            | 27.27%              |
| 4         | Tidak Baik        | 4             | 9.1%                |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.50 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 19 orang dengan

persentase (43.18%) dan menjawab sangat baik 9 orang dengan persentase (20.45%) dan menjawab tidak baik 4 orang dengan persentase (9.1%).

## V. Indikator Berwujud

Pertanyaan 21: kebersihan produk yang dijual pelanggan

**Tabel 4.51**

| NO | kategori          | Jumlah    | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 7         | 15.91%       |
| 2  | Baik              | 17        | 38.64%       |
| 3  | Cukup Baik        | 20        | 45.45%       |
| 4  | Tidak Baik        | 0         | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.51 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab cukup baik dengan jumlah responden sebanyak 20 orang dengan persentase (45.45%) dan menjawab baik 17 orang dengan persentase (38.64%) dan menjawab sangat baik 7 orang dengan persentase (15.91%).

Pertanyaan 22: kerapian berpenampilan salesman

**Tabel 4.52**

| NO | kategori          | Jumlah    | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 15        | 34.09%       |
| 2  | Baik              | 17        | 38.64%       |
| 3  | Cukup Baik        | 12        | 27.27%       |
| 4  | Tidak Baik        | 0         | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.52 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 17 orang dengan persentase (38.64%) dan menjawab sangat baik 15 orang dengan persentase (34.09%) dan menjawab cukup baik 12 orang dengan persentase (27.27%).

Pertanyaan 23: keramahan dalam bersikap

**Tabel 4.53**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 18            | 40.91%              |
| 2         | Baik              | 14            | 31.82%              |
| 3         | Cukup Baik        | 11            | 25%                 |
| 4         | Tidak Baik        | 1             | 2.27%               |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.53 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab sangat baik dengan jumlah responden sebanyak 18 orang dengan persentase (40.91%) dan menjawab cukup baik 11 orang dengan persentase (25%) dan menjawab tidak baik 1 orang dengan persentase (2.27%).

Pertanyaan 24: kejelasan dalam menerangkan produk baru

**Tabel 4.54**

| NO | kategori          | Jumlah    | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 11        | 25%          |
| 2  | Baik              | 25        | 56.82%       |
| 3  | Cukup Baik        | 8         | 18.18%       |
| 4  | Tidak Baik        | 0         | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.54 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 25 orang dengan persentase (56.82%) dan menjawab sangat baik 11 orang dengan persentase (25%) dan menjawab cukup baik 8 orang dengan persentase (18.18%).

Pertanyaan 25: kepedulian salesman dalam penataan produk

**Tabel 4.55**

| NO | kategori          | Jumlah    | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 7         | 15.91%       |
| 2  | Baik              | 22        | 50%          |
| 3  | Cukup Baik        | 15        | 34.09%       |
| 4  | Tidak Baik        | 0         | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 4.55 didapat jawaban dari responden yang berjumlah 44 orang, mayoritas menjawab baik dengan jumlah responden sebanyak 22 orang dengan persentase (50%) dan menjawab cukup baik 15 orang dengan persentase (34.09%) dan menjawab sangat baik 7orang dengan persentase (15.91%).

#### **4.1.2.3 Importance-Performance Analysis**

Setelah data terkumpul, selanjutnya data-data output yang telah diterima oleh penulis kemudian untuk dianalisis dengan menggunakan *importance-performance analysis*. Yaitu analisis yang di gunakan untuk menjawab perumusan masalah mengenai sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan atas pelayanan terhadap kinerja Cap Lang. Analisis ini diawali dengan menghitung tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan tingkat pelaksanaan, menentukan skor rata-rata tingkat pelaksanaan dan tingkat kepentingan, menghitung rata-rata dari rata-rata tingkat pelaksanaan dan rata-rata tingkat kepentingan dan membuat suatu diagram cartesius.

Dengan jumlah populasi konsumen atau pelanggan terkait dengan tingkat kepuasan konsumen pada saat penelitian maka didapat sebanyak 80 pelanggan tetap dari pelanggan Cap Lang untuk mini market area Jakarta Barat. Dengan menggunakan rumus slovin, umar (2003) maka jumlah sampel adalah 44 responden.

Dalam penelitian ini terdapat 2 buah variabel yang diwakili oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan tingkat pelaksanaan/kinerja untuk kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan/harapan konsumen atau pelanggan Cap Lang, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian antara pelaksanaan/kinerja dengan kepentingan/harapan konsumen atau pelanggan Cap Lang. Lihat tabel 4.56 sebagai berikut:

**Tabel 4.56**

### Tingkat Kesesuaian Kualitas Pelayanan Cap Lang

| Indikator     | No | Kinerja ( X )     |    |    |    |     | Skor   | Harapan ( Y )     |    |    |    |     | Skor   | Tingkat Kesesuaian % |
|---------------|----|-------------------|----|----|----|-----|--------|-------------------|----|----|----|-----|--------|----------------------|
|               |    | SB                | B  | CB | TB | STB |        | SP                | P  | CP | TP | STP |        |                      |
| Keandalan     | 1  | 15                | 17 | 12 | 0  | 0   | 179    | 13                | 23 | 8  | 0  | 0   | 181    | 99                   |
|               | 2  | 9                 | 24 | 11 | 0  | 0   | 174    | 10                | 25 | 9  | 0  | 0   | 177    | 98                   |
|               | 3  | 8                 | 23 | 12 | 1  | 0   | 170    | 10                | 19 | 15 | 0  | 0   | 171    | 99                   |
|               | 4  | 9                 | 30 | 5  | 0  | 0   | 180    | 10                | 30 | 4  | 0  | 0   | 182    | 99                   |
|               | 5  | 10                | 13 | 21 | 0  | 0   | 165    | 10                | 17 | 16 | 1  | 0   | 168    | 98                   |
|               | 6  | 12                | 19 | 11 | 2  | 0   | 173    | 12                | 15 | 16 | 1  | 0   | 170    | 102                  |
|               |    | Rata - Rata       |    |    |    |     | 173.5  | Rata - Rata       |    |    |    |     | 174.8  | 99.17                |
| Keresponsifan | 7  | 12                | 24 | 7  | 1  | 0   | 179    | 14                | 21 | 7  | 2  | 0   | 179    | 100                  |
|               | 8  | 9                 | 19 | 13 | 3  | 0   | 166    | 9                 | 20 | 13 | 2  | 0   | 168    | 99                   |
|               | 9  | 8                 | 26 | 8  | 2  | 0   | 172    | 8                 | 24 | 11 | 1  | 0   | 171    | 100                  |
|               | 10 | 6                 | 18 | 19 | 1  | 0   | 161    | 6                 | 21 | 16 | 1  | 0   | 164    | 98                   |
|               |    | Rata - Rata       |    |    |    |     | 169.5  | Rata - Rata       |    |    |    |     | 170.5  | 99.25                |
| Keyakinan     | 11 | 13                | 20 | 11 | 0  | 0   | 178    | 18                | 15 | 10 | 1  | 0   | 182    | 98                   |
|               | 12 | 12                | 18 | 13 | 1  | 0   | 173    | 10                | 24 | 10 | 0  | 0   | 176    | 98                   |
|               | 13 | 11                | 19 | 14 | 0  | 0   | 173    | 7                 | 24 | 13 | 0  | 0   | 170    | 102                  |
|               | 14 | 12                | 19 | 12 | 1  | 0   | 174    | 11                | 22 | 9  | 2  | 0   | 174    | 100                  |
|               | 15 | 11                | 19 | 12 | 2  | 0   | 171    | 10                | 24 | 10 | 0  | 0   | 176    | 97                   |
|               | 16 | 14                | 17 | 12 | 1  | 0   | 176    | 17                | 15 | 11 | 1  | 0   | 180    | 98                   |
|               | 17 | 13                | 17 | 13 | 1  | 0   | 174    | 11                | 15 | 16 | 2  | 0   | 167    | 104                  |
|               |    | Rata - Rata       |    |    |    |     | 174.14 | Rata - Rata       |    |    |    |     | 175    | 99.57                |
| Empati        | 18 | 5                 | 16 | 22 | 1  | 0   | 157    | 10                | 20 | 14 | 0  | 0   | 172    | 91                   |
|               | 19 | 5                 | 28 | 11 | 0  | 0   | 170    | 9                 | 24 | 11 | 0  | 0   | 174    | 98                   |
|               | 20 | 9                 | 19 | 12 | 4  | 0   | 165    | 10                | 17 | 16 | 1  | 0   | 168    | 98                   |
|               |    | Rata - Rata       |    |    |    |     | 164    | Rata - Rata       |    |    |    |     | 171.33 | 95.67                |
| Berwujud      | 21 | 7                 | 17 | 20 | 0  | 0   | 163    | 12                | 24 | 8  | 0  | 0   | 180    | 91                   |
|               | 22 | 15                | 17 | 12 | 0  | 0   | 179    | 20                | 17 | 7  | 0  | 0   | 189    | 95                   |
|               | 23 | 18                | 14 | 11 | 1  | 0   | 181    | 17                | 18 | 8  | 1  | 0   | 183    | 99                   |
|               | 24 | 11                | 25 | 8  | 0  | 0   | 179    | 14                | 21 | 9  | 0  | 0   | 181    | 99                   |
|               | 25 | 7                 | 22 | 15 | 0  | 0   | 168    | 5                 | 21 | 18 | 0  | 0   | 163    | 103                  |
|               |    | Rata - Rata       |    |    |    |     | 174    | Rata - Rata       |    |    |    |     | 179.2  | 97.4                 |
|               |    | Rata - Rata Total |    |    |    |     | 171    | Rata - Rata Total |    |    |    |     | 174.17 | 98.2                 |

Sumber : hasil pengolahan data



Dari tabel 4.56 diatas terlihat bahwa tingkat kesesuaian dilihat dari seluruh indikator dalam kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Cap Lang rata-rata diatas 90%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Cap Lang dalam melaksanakan pelayanan berdasarkan hasil pengolahan data untuk tingkat kesesuaian adalah sesuai, hal ini dikarenakan dalam perolehan rata-rata tingkat kesesuaian secara keseluruhan dari semua indikator diatas 90% yaitu 98.2%.

Langkah berikutnya adalah dengan menentukan perhitungan skor rata-rata tingkat pelaksanaan ( $\bar{X}$ ) dan tingkat kepentingan ( $\bar{Y}$ ). Selanjutnya nilai rata-rata tersebut digunakan untuk menghitung rata-rata dari rata-rata tingkat pelaksanaan dan rata-rata dari rata-rata tingkat kepentingan. Nilai rata-rata dari tingkat pelaksanaan ( $\bar{X}$ ) dan rata-rata ( $\bar{Y}$ ) serta rata-rata tingkat pelaksanaan ( $\bar{X}$ ) dan rata-rata dari rata-rata tingkat kepentingan ( $\bar{Y}$ ) disajikan oleh tabel 4.57 sebagai berikut:

**Tabel 4.57**

**Perhitungan Rata-rata dari Kinerja dan Harapan serta Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Cap Lang**

| Indikator     | No | Bobot jawaban<br>Tkt Kinerja | Bobot jawaban<br>Tkt Harapan | $\bar{X}$ | $\bar{Y}$ | Kwadran |
|---------------|----|------------------------------|------------------------------|-----------|-----------|---------|
| Keandalan     | 1  | 179                          | 181                          | 4.07      | 4.11      | B       |
|               | 2  | 174                          | 177                          | 3.95      | 4.02      | B       |
|               | 3  | 170                          | 171                          | 3.86      | 3.89      | C       |
|               | 4  | 180                          | 182                          | 4.09      | 4.14      | B       |
|               | 5  | 165                          | 168                          | 3.75      | 3.82      | C       |
|               | 6  | 173                          | 170                          | 3.93      | 3.86      | D       |
| Keresponsifan | 7  | 179                          | 179                          | 4.07      | 4.07      | B       |
|               | 8  | 166                          | 168                          | 3.77      | 3.82      | C       |
|               | 9  | 172                          | 171                          | 3.90      | 3.89      | C       |
|               | 10 | 161                          | 164                          | 3.66      | 3.73      | C       |
|               |    |                              |                              |           |           |         |
| Keyakinan     | 11 | 178                          | 182                          | 4.05      | 4.14      | B       |
|               | 12 | 173                          | 176                          | 3.93      | 4         | B       |
|               | 13 | 173                          | 170                          | 3.93      | 3.86      | D       |
|               | 14 | 174                          | 174                          | 3.95      | 3.95      | D       |
|               | 15 | 171                          | 176                          | 3.89      | 4         | A       |
|               | 16 | 176                          | 180                          | 4         | 4.09      | B       |
|               | 17 | 174                          | 167                          | 3.95      | 3.79      | D       |
| Empati        | 18 | 157                          | 172                          | 3.57      | 3.91      | C       |
|               | 19 | 170                          | 174                          | 3.86      | 3.95      | C       |
|               | 20 | 165                          | 168                          | 3.75      | 3.82      | C       |
|               |    |                              |                              |           |           |         |
| Berwujud      | 21 | 163                          | 180                          | 3.70      | 4.09      | A       |
|               | 22 | 179                          | 189                          | 4.07      | 4.29      | B       |
|               | 23 | 181                          | 183                          | 4.11      | 4.16      | B       |
|               | 24 | 179                          | 181                          | 4.07      | 4.11      | B       |
|               | 25 | 168                          | 163                          | 3.82      | 3.70      | C       |

Sumber : hasil pengolahan data

Dari data yang diperoleh dalam tabel 4.57 diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata dari rata-rata tingkat pelaksanaan ( $\bar{X}$ ) adalah 3.91 dan rata-

=

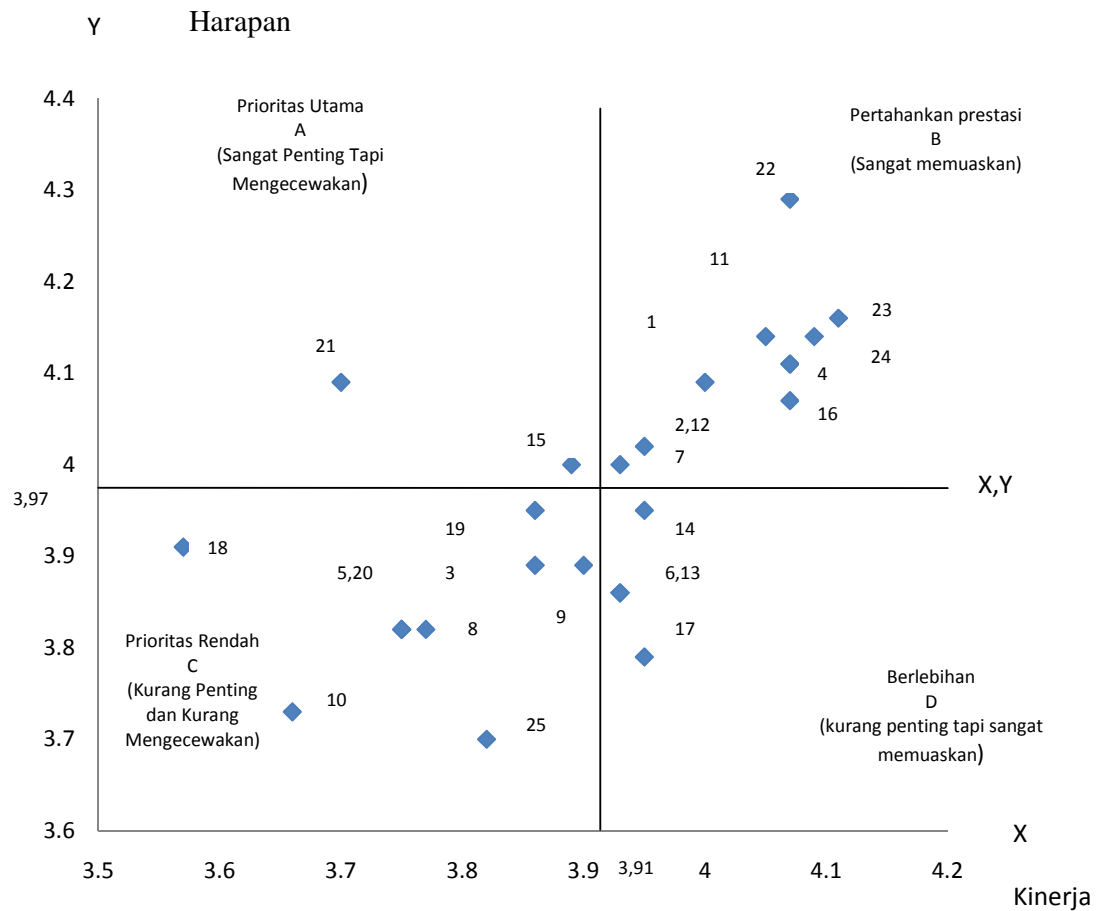
rata dari rata-rata tingkat kepentingan (Y) adalah 3.97. untuk lebih memberikan gambaran secara jelas maka digunakan langkah terakhir yaitu nilai rata-rata diatasdiplotkan kedalam sebuah diagram yaitu diagram cartesius. Diagram cartesius variabel (X) dan variabel (Y) merupakan gambaran dari sebuah pengukuran atas kepuasan konsumen atau pelanggan akan kualitas pelayanan Cap Langdengen ditentukan titik tengah untuk masing-masing variabel atau bisa dikatakan bahwa untuk pengukuran tingkat kepuasan ditentukan dari nilai rata-rata dari rata-rata tingkat pelaksanaan (X) dan rata-rata dari rata-rata tingkat kepentingan (Y) untuk lebih lengkapnya , lihat tabel 4.58 berikut:

**Tabel 4.58**

**Diagram Cartesius**

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

**Cap Lang**



Sumber : hasil pengolahan data responden

Dari tabel 4.58 diatas terlihat jelas bahwa penyebaran nilai rata-rata dari rata-rata variabel X (kinerja/tingkat pelaksanaan) dan variabel Y (harapan/tingkat kepentingan) lebih banyak berada pada daerah B yaitu sekitar 10 item pertanyaan

meliputi pertanyaan nomer 1,2,4,7,11,12,16,22,23,dan 24 bahwa beberapa faktor yang dianggap sangat memuaskan pengaruhnya bagi pelanggan dan pelaksanaanya oleh Cap Lang untuk di pertahankan prestasinya.

Daerah C yaitu sekitar 9 item pertanyaan meliputi pertanyaan nomer 3,5,8,9,10,18,19,20,dan 25 bahwa beberapa faktor yang dianggap kurang penting dan kurang mengecewakan dianggap prioritas rendah.

Daerah D yaitu sekitar 4 item pertanyaan meliputi pertanyaan nomer 6,13,14,dan 17 bahwa beberapa faktor yang dianggap kurang penting tapi sangat memuaskan dianggap biasa dan berlebihan.

Daerah A yaitu sekitar 2 item pertanyaan meliputi pertanyaan nomer 15 dan 21 bahwa beberapa faktor yang dianggap sangat penting tapi mengecewakan dianggap prioritas utama.

## **4.2 Pembahasan**

Pada penelitian ini penulis menganalisa dengan melihat tingkat kesesuaian variable tingkat pelaksanaan (kinerja) dan variable tingkat kepentingan (harapan) dengan menggunakan seluruh indikator dalam mewujudkan kualitas pelayanan Cap Lang. indikator-indikator tersebut, meliputi : keandalan, koresponsifan, keyakinan, empathy, dan berwujud sehingga dapat disimpulkan bahwa Cap Lang dalam melakukan pelayanannya berdasarkan hasil pengolahan data untuk tingkat kesesuaian adalah sesuai atau baik, hal ini dikarenakan dalam perolehan rata-rata tingkat keseluruhan dari semua indikator diatas 90% yaitu 98,2%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata dari rata-rata

tingkat pelaksanaan ( $\bar{X}$ ) adalah 3.91 dan rata-rata dari tingkat kepentingan ( $\bar{Y}$ ) adalah 3,97. dan dari hasil pengolahan data menggunakan diagram cartesius terlihat bahwa nilai rata-rata dari variable X ( kinerja) dan variable Y (harapan) lebih banyak berada pada daerah B. Yang berarti bahwa beberapa factor yang dianggap sangat memuaskan pengaruhnya bagi pelanggan dan pelaksanaanya oleh Cap Lang untuk mempertahankan prestasi. Daerah ini mencerminkan kondisi yang memuaskan dan untuk dapat mempertahankan prestasinya.

Jika hasil penelitian ini kualitas pelayanan yang lebih kuat berarti manajemen harus menerapkan model manajemen partisipatif yang lebih mengarah pada sistem pemasaran terbuka yang digunakan sebagai evaluasi pelaksanaan atas program atau kebijakan yang diterapkan perusahaan dengan melibatkan factor eksternal perusahaan yaitu konsumen atau pelanggan Cap Lang.

Kunci pelaksanaan kualitas pelayanan adalah dengan menyusun metode tanggapan konsumen atau pelanggan dan pelaksanaannya. Karena hal tersebut adalah yang diperlukan perusahaan untuk mendorong dan memotivasi konsumen atau pelanggan untuk menjadi agen pemasaran perusahaan secara tidak langsung, yaitu dengan memberikan penilaian yang menguntungkan perusahaan sehingga pelanggan atau konsumen yang ingin menggunakan produk atau membeli Cap Lang yang ditawarkan perusahaan merasa puas. Jika proses ini berhasil maka tujuan dan target dari perusahaan akan tercapai. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa perusahaan akan berhasil menerapkan prinsip ilmu ekonomi yaitu meminimalkan pengeluaran dan memaksimalkan keuntungan atau laba.

Dan dari hasil pengolahan data penulis, bahwa tingkat kesesuaiannya adalah sangat memuaskan yaitu diatas 90%, dengan menggunakan diagram cartesius juga terlihat bahwa tingkat pelayanan berada pada daerah B yang berarti tingkat pelayanan sangat memuaskan dan harus terus mempertahankan prestasinya.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

1. Dari pengolahan data diketahui bahwa analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Cap Lang, adalah dengan menentukan tingkat kesesuaian antara variable X yaitu kinerja atau tingkat pelaksanaan dengan variable Y yaitu harapan atau tingkat kepentingan diperoleh persentase sebesar 98,2%. Oleh karena persentase jauh diatas 90% bahkan mendekati angka 100%, maka penilaian yang bisa diberikan atas kesesuaian kualitas pelayanan antara tingkat kinerja dengan tingkat harapan adalah baik . rata-rata dari rata-rata tingkat pelaksanaan ( $\bar{X}$ ) adalah 3.91 dan rata-rata dari rata-rata tingkat kepentingan ( $\bar{Y}$ ) adalah 3.97. nilai rata-rata tersebut diplotkan kedalam diagram cartesius. Dengan menggunakan diagram cartesius terlihat jelas bahwa penyebaran nilai rata-rata dari rata-rata variable X (kinerja/tingkat pelaksanaan) dan variable Y (harapan/tingkat kepentingan) lebih banyak pada daerah B yaitu sekitar 10 item pertanyaan. Hal ini menunjukkan bahwa beberapa factor yang dianggap sangat memuaskan pengaruhnya bagi pelanggan dan pelaksanaannya oleh Cap Lang. dan hal ini mencerminkan kondisi yang sangat memuaskan dan harus terus dapat dipertahankan. Selain itu beberapa item tersebar didaerah lain, meliputi : 9 item pertanyaan berada pada daerah C, hal ini menunjukkan bahwa factor atau unsur- unsur yang dianggap kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan dan pelaksanaannya oleh Cap Lang. kemudian 4 item pertanyaan berada pada daerah D hal ini menunjukkan bahwa factor atau unsur-



unsur yang dianggap kurang penting tapi sangat memuaskan bagi pelanggan dan pelaksanaanya bagi Cap Lang. kemudian 2 item pertanyaan berada pada daerah A dimana kondisi sangat penting tapi mengecewakan belum sepenuhnya dilaksanakan oleh Cap Lang.

2. Dari hasil pengolahan data yang dilakukan penulis dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan tetap Cap Lang dapat memberikan tanggapan positif maupun negatif akan pelayanan yang diberikan oleh Cap Lang hingga saat ini adalah baik karena dari pengamatan penulis ditemukan rata-rata konsumen mengungkapkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Cap Lang sebelumnya sudah cukup baik dan efektif.

## **5.2 Saran**

Berikut ini penulis akan mengajukan saran yang sekiranya dapat menjadi masukan atau bahan pertimbangan dalam program perbaikan kualitas pelayanan untuk peningkatan kepuasan pelanggan Cap Lang, sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada hasil penelitian ini maka diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 98,2%, ini berarti bahwa penilaian yang bisa diberikan atas kesesuaian kualitas pelayanan antara tingkat kinerja dengan tingkat harapan adalah baik. Sedangkan dominasi penyebaran item pertanyaan dengan menggunakan diagram cartesius terlihat jelas bahwa penyebaran nilai rata-rata dari rata-rata variable

kinerja dan variable harapan lebih banyak pada daerah B hal ini menunjukkan sangat memuaskan pengaruhnya untuk pelanggan dan pelaksanaanya oleh Cap Lang. oleh karena itu sebagai langkah saran yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah tetap mempertahankan prestasi yang sudah baik dan untuk lebihnya dapat meningkatkan pelayanan yang sudah baik agar dapat lebih baik lagi dan menciptakan keunggulan yang mutlak atas kompetitor/pesaing.

2. Struktur responden penelitian yang merupakan pelanggan Cap Lang menunjukkan partisipasi aktif berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan tingkat pekerjaan. Keaktifan ini ditunjukkan oleh tingginya pengetahuan pelanggan akan pelayanan yang baik. Sehingga diperlukan tanggung jawab dari salesman untuk menjalin hubungan yang efektif guna meningkatkan kualitas pelayanan Cap Lang. hubungan yang efektif antara salesman dan konsumen atau pelanggan Cap Lang supaya tidak terjadi *miss communication* maka perlu adanya manajemen pendukung yang bisa memberikan penilaian pelanggan secara efektif atau secara tidak langsung yaitu melalui penilaian masyarakat atau secara eksplisit adalah konsumen Cap Lang bekerja sama dengan pihak media cetak dan elektronik. Sehingga akan terjadi peningkatan kepercayaan masyarakat secara umum atau konsumen secara khusus atas citra yang baik dari Cap Lang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fransisca, Lani. 2003. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keinginan Pelanggan*. Jakarta: Universitas Kristen Indonesia
- Fuad, Muhammad dkk. 2003. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium*. Jakarta: Prenhallindo
- Rahman, Tanu. 2007. *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Yamaha Pelita Motor*. Bekasi: Universitas Islam 45.
- Setiawan, Bony. 2002. *Standar Kualitas Produk Mempengaruhi Pasar*. Jakarta: Universitas Jaya Baya.
- Soepranto, J. 2003. *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Umar, Husain. 2003. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Jakarta.

## Lampiran 1

**Tabel 4.6**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 13            | 65           | 29.55%              |
| 2         | Penting              | 23            | 92           | 52.27%              |
| 3         | Cukup Penting        | 8             | 24           | 18.18%              |
| 4         | Tidak Penting        | 0             | 0            | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>181</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.7**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 10            | 50           | 22.73%              |
| 2         | Penting              | 25            | 100          | 56.82%              |
| 3         | Cukup Penting        | 9             | 27           | 20.45%              |
| 4         | Tidak Penting        | 0             | 0            | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>177</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.8**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 10            | 50           | 22.73%              |
| 2         | Penting              | 19            | 76           | 43.18%              |
| 3         | Cukup Penting        | 15            | 45           | 34.09%              |
| 4         | Tidak Penting        | 0             | 0            | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>171</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.9**

| <b>NO</b> | <b>Kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 10            | 50           | 22.73%              |
| 2         | Penting              | 30            | 120          | 68.18%              |
| 3         | Cukup Penting        | 4             | 12           | 9.09%               |
| 4         | Tidak Penting        | 0             | 0            | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>182</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.10**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 10            | 50           | 22.73%              |
| 2         | Penting              | 17            | 68           | 38.64%              |
| 3         | Cukup Penting        | 16            | 48           | 36.36%              |
| 4         | Tidak Penting        | 1             | 2            | 2.27%               |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>168</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.11**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 12            | 60           | 27.27%              |
| 2         | Penting              | 15            | 60           | 34.09%              |
| 3         | Cukup Penting        | 16            | 48           | 36.36%              |
| 4         | Tidak Penting        | 1             | 2            | 2.27%               |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>170</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.12

| NO | kategori             | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 14        | 70         | 31.82%       |
| 2  | Penting              | 21        | 84         | 47.73%       |
| 3  | Cukup Penting        | 7         | 21         | 15.91%       |
| 4  | Tidak Penting        | 2         | 4          | 4.54%        |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>179</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.13

| NO | kategori             | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 9         | 45         | 20.45%       |
| 2  | Penting              | 20        | 80         | 45.45%       |
| 3  | Cukup Penting        | 13        | 39         | 29.55%       |
| 4  | Tidak Penting        | 2         | 4          | 4.54%        |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>168</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.14

| NO | kategori             | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 8         | 40         | 18.18%       |
| 2  | Penting              | 24        | 96         | 54.55%       |
| 3  | Cukup Penting        | 11        | 33         | 25%          |
| 4  | Tidak Penting        | 1         | 2          | 2.27%        |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0          |              |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>171</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.15

| NO | kategori             | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 6         | 30         | 13.64%       |
| 2  | Penting              | 21        | 84         | 47.73%       |
| 3  | Cukup Penting        | 16        | 48         | 36.36%       |
| 4  | Tidak Penting        | 1         | 2          | 2.27%        |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>164</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.16

| NO | kategori             | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 18        | 90         | 40.91%       |
| 2  | Penting              | 15        | 60         | 34.09%       |
| 3  | Cukup Penting        | 10        | 30         | 22.73%       |
| 4  | Tidak Penting        | 1         | 2          | 2.27%        |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>182</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.17

| NO | kategori             | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 10        | 50         | 22.73%       |
| 2  | Penting              | 24        | 96         | 54.54%       |
| 3  | Cukup Penting        | 10        | 30         | 22.73%       |
| 4  | Tidak Penting        | 0         | 0          | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>176</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.18**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 7             | 35           | 15.91%              |
| 2         | Penting              | 24            | 96           | 54.54%              |
| 3         | Cukup Penting        | 13            | 39           | 29.55%              |
| 4         | Tidak Penting        | 0             | 0            | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>170</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.19**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 11            | 55           | 25%                 |
| 2         | Penting              | 22            | 88           | 50%                 |
| 3         | Cukup Penting        | 9             | 27           | 20.45%              |
| 4         | Tidak Penting        | 2             | 4            | 4.55%               |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>174</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.20**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 10            | 50           | 22.73%              |
| 2         | Penting              | 24            | 96           | 54.54%              |
| 3         | Cukup Penting        | 10            | 30           | 22.73%              |
| 4         | Tidak Penting        | 0             | 0            | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>176</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data



Tabel 4.21

| NO | kategori             | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 17        | 85         | 38.64%       |
| 2  | Penting              | 15        | 60         | 34.09%       |
| 3  | Cukup Penting        | 11        | 33         | 25%          |
| 4  | Tidak Penting        | 1         | 2          | 2.27%        |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>180</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.22

| NO | kategori             | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 11        | 55         | 25%          |
| 2  | Penting              | 15        | 60         | 34.09%       |
| 3  | Cukup Penting        | 16        | 48         | 36.36%       |
| 4  | Tidak Penting        | 2         | 4          | 4.55%        |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>167</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.23

| NO | kategori             | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 10        | 50         | 22.73%       |
| 2  | Penting              | 20        | 80         | 45.45%       |
| 3  | Cukup Penting        | 14        | 42         | 31.82%       |
| 4  | Tidak Penting        | 0         | 0          | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>172</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.24

| NO | kategori             | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 9         | 45         | 20.45%       |
| 2  | Penting              | 24        | 96         | 54.55%       |
| 3  | Cukup Penting        | 11        | 33         | 25%          |
| 4  | Tidak Penting        | 0         | 0          | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>174</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.25

| NO | kategori             | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 10        | 50         | 22.73%       |
| 2  | Penting              | 17        | 68         | 38.64%       |
| 3  | Cukup Penting        | 16        | 48         | 36.36%       |
| 4  | Tidak Penting        | 1         | 2          | 2.27%        |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>168</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.26

| NO | kategori             | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 12        | 60         | 27.27%       |
| 2  | Penting              | 24        | 96         | 54.55%       |
| 3  | Cukup Penting        | 8         | 24         | 18.18%       |
| 4  | Tidak Penting        | 0         | 0          | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>180</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.27

| NO | kategori             | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 20        | 100        | 45.45%       |
| 2  | Penting              | 17        | 68         | 38.64%       |
| 3  | Cukup Penting        | 7         | 21         | 15.91%       |
| 4  | Tidak Penting        | 0         | 0          | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>189</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.28

| NO | kategori             | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 17        | 85         | 38.64%       |
| 2  | Penting              | 18        | 72         | 40.91%       |
| 3  | Cukup Penting        | 8         | 24         | 18.18%       |
| 4  | Tidak Penting        | 1         | 2          | 2.27%        |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>183</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.29

| NO | kategori             | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|----------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Penting       | 14        | 70         | 31.82%       |
| 2  | Penting              | 21        | 84         | 47.73%       |
| 3  | Cukup Penting        | 9         | 27         | 20.45%       |
| 4  | Tidak Penting        | 0         | 0          | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Penting | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b> | <b>181</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.30**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>      | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|----------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Penting       | 5             | 25           | 11.36%              |
| 2         | Penting              | 21            | 84           | 47.73%              |
| 3         | Cukup Penting        | 18            | 54           | 40.91%              |
| 4         | Tidak Penting        | 0             | 0            | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Penting | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>        | <b>44</b>     | <b>163</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.31**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 15            | 75           | 34.09%              |
| 2         | Baik              | 17            | 68           | 38.64%              |
| 3         | Cukup Baik        | 12            | 36           | 27.27%              |
| 4         | Tidak Baik        | 0             | 0            | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>179</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.32**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 9             | 45           | 20.45%              |
| 2         | Baik              | 24            | 96           | 54.55%              |
| 3         | Cukup Baik        | 11            | 33           | 25%                 |
| 4         | Tidak Baik        | 0             | 0            | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>174</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.33

| NO | kategori          | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 8         | 40         | 18.18%       |
| 2  | Baik              | 23        | 92         | 52.3%        |
| 3  | Cukup Baik        | 12        | 36         | 27.3%        |
| 4  | Tidak Baik        | 1         | 2          | 2.27%        |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>170</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.34

| NO | kategori          | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 9         | 45         | 20.45%       |
| 2  | Baik              | 30        | 120        | 68.18%       |
| 3  | Cukup Baik        | 5         | 15         | 11.36%       |
| 4  | Tidak Baik        | 0         | 0          | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>180</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.35

| NO | kategori          | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 10        | 50         | 22.73%       |
| 2  | Baik              | 13        | 52         | 29.54%       |
| 3  | Cukup Baik        | 21        | 63         | 47.73%       |
| 4  | Tidak Baik        | 0         | 0          | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>165</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.36

| NO | kategori          | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 12        | 60         | 27.27%       |
| 2  | Baik              | 19        | 76         | 43.18%       |
| 3  | Cukup Baik        | 11        | 33         | 25%          |
| 4  | Tidak Baik        | 2         | 4          | 4.55%        |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>173</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.37

| NO | kategori          | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 12        | 60         | 27.27%       |
| 2  | Baik              | 24        | 96         | 54.55%       |
| 3  | Cukup Baik        | 7         | 21         | 15.91%       |
| 4  | Tidak Baik        | 1         | 2          | 2.27%        |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>179</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.38

| NO | kategori          | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 9         | 45         | 20.45%       |
| 2  | Baik              | 19        | 76         | 43.18%       |
| 3  | Cukup Baik        | 13        | 39         | 29.55%       |
| 4  | Tidak Baik        | 3         | 6          | 6.82%        |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>166</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.39

| NO | kategori          | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 8         | 40         | 18.18%       |
| 2  | Baik              | 26        | 104        | 59.09%       |
| 3  | Cukup Baik        | 8         | 24         | 18.18%       |
| 4  | Tidak Baik        | 2         | 4          | 4.55%        |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>172</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.40

| NO | kategori          | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 6         | 30         | 13.64%       |
| 2  | Baik              | 18        | 72         | 40.91%       |
| 3  | Cukup Baik        | 19        | 57         | 43.18%       |
| 4  | Tidak Baik        | 1         | 2          | 2.27%        |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>161</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.41

| NO | kategori          | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 13        | 65         | 29.55%       |
| 2  | Baik              | 20        | 80         | 45.45%       |
| 3  | Cukup Baik        | 11        | 33         | 25%          |
| 4  | Tidak Baik        | 0         | 0          | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>178</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.42**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 12            | 60           | 27.27%              |
| 2         | Baik              | 18            | 72           | 40.91%              |
| 3         | Cukup Baik        | 13            | 39           | 29.55%              |
| 4         | Tidak Baik        | 1             | 2            | 2.27%               |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>173</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.43**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 11            | 55           | 25%                 |
| 2         | Baik              | 19            | 76           | 43.18%              |
| 3         | Cukup Baik        | 14            | 42           | 31.82%              |
| 4         | Tidak Baik        | 0             | 0            | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>173</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.44**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 12            | 60           | 27.27%              |
| 2         | Baik              | 19            | 76           | 43.18%              |
| 3         | Cukup Baik        | 12            | 36           | 27.27%              |
| 4         | Tidak Baik        | 1             | 2            | 2.27%               |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>174</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolah



**Tabel 4.45**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 11            | 55           | 25%                 |
| 2         | Baik              | 19            | 76           | 43.18%              |
| 3         | Cukup Baik        | 12            | 36           | 27.27%              |
| 4         | Tidak Baik        | 2             | 4            | 4.55%               |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>171</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.46**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 14            | 70           | 31.82%              |
| 2         | Baik              | 17            | 68           | 38.64%              |
| 3         | Cukup Baik        | 12            | 36           | 27.27%              |
| 4         | Tidak Baik        | 1             | 2            | 2.27%               |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>176</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.47**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 13            | 65           | 29.55%              |
| 2         | Baik              | 17            | 68           | 38.64%              |
| 3         | Cukup Baik        | 13            | 39           | 29.54%              |
| 4         | Tidak Baik        | 1             | 2            | 2.27%               |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>174</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.48

| NO | kategori          | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 5         | 25         | 11.36%       |
| 2  | Baik              | 16        | 64         | 36.36%       |
| 3  | Cukup Baik        | 22        | 66         | 50%          |
| 4  | Tidak Baik        | 1         | 2          | 2.27%        |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>157</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.49

| NO | kategori          | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 5         | 25         | 11.36%       |
| 2  | Baik              | 28        | 112        | 63.64%       |
| 3  | Cukup Baik        | 11        | 33         | 25%          |
| 4  | Tidak Baik        | 0         | 0          | 0            |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>170</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

Tabel 4.50

| NO | kategori          | Jumlah    | Bobot      | Persentase % |
|----|-------------------|-----------|------------|--------------|
| 1  | Sangat Baik       | 9         | 45         | 20.45%       |
| 2  | Baik              | 19        | 76         | 43.18%       |
| 3  | Cukup Baik        | 12        | 36         | 27.27%       |
| 4  | Tidak Baik        | 4         | 8          | 9.1%         |
| 5  | Sangat Tidak Baik | 0         | 0          | 0            |
|    | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b> | <b>165</b> | <b>100</b>   |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.51**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 7             | 35           | 15.91%              |
| 2         | Baik              | 17            | 68           | 38.64%              |
| 3         | Cukup Baik        | 20            | 60           | 45.45%              |
| 4         | Tidak Baik        | 0             | 0            | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>163</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.52**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 15            | 75           | 34.09%              |
| 2         | Baik              | 17            | 68           | 38.64%              |
| 3         | Cukup Baik        | 12            | 36           | 27.27%              |
| 4         | Tidak Baik        | 0             | 0            | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>179</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.53**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 18            | 90           | 40.91%              |
| 2         | Baik              | 14            | 56           | 31.82%              |
| 3         | Cukup Baik        | 11            | 33           | 25%                 |
| 4         | Tidak Baik        | 1             | 2            | 2.27%               |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>181</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.54**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 11            | 55           | 25%                 |
| 2         | Baik              | 25            | 100          | 56.82%              |
| 3         | Cukup Baik        | 8             | 24           | 18.18%              |
| 4         | Tidak Baik        | 0             | 0            | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>179</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

**Tabel 4.55**

| <b>NO</b> | <b>kategori</b>   | <b>Jumlah</b> | <b>Bobot</b> | <b>Persentase %</b> |
|-----------|-------------------|---------------|--------------|---------------------|
| 1         | Sangat Baik       | 7             | 35           | 15.91%              |
| 2         | Baik              | 22            | 88           | 50%                 |
| 3         | Cukup Baik        | 15            | 45           | 34.09%              |
| 4         | Tidak Baik        | 0             | 0            | 0                   |
| 5         | Sangat Tidak Baik | 0             | 0            | 0                   |
|           | <b>Jumlah</b>     | <b>44</b>     | <b>168</b>   | <b>100</b>          |

Sumber : hasil pengolahan data

|      |
|------|
| NO   |
| KODE |

**LEMBAR PERTANYAAN KUESIONER**

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN**

**PELANGGAN CAP LANG**

Sehubungan penelitian saya tentang “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cap Lang” maka saya mohon bantuan Bapak & Ibu untuk mengisi kuesioner berikut ini, diharapkan dari penelitian ini kita pihak perusahaan bisa meningkatkan kualitas pelayanan.

**IDENTITAS RESPONDEN**

- 1.1 Lama menjadi pelanggan :
- 1.2 Umur :
- 1.3 Pekerjaan :
- 1.4 Pendidikan terakhir :
- 1.5 Status pelanggan :

\* identitas responden boleh tidak diisi hanya diberikan kode oleh peneliti

| INDIKATOR     | NO. | PERTANYAAN                                             | KINERJA |   |    |    |     |
|---------------|-----|--------------------------------------------------------|---------|---|----|----|-----|
|               |     |                                                        | SB      | B | CB | TB | STB |
| Keandalan     | 1   | Ketepatan waktu kedatangan salesman                    |         |   |    |    |     |
|               | 2   | Ketepatan dalam penyampaian program-program berjalan   |         |   |    |    |     |
|               | 3   | Kesesuaian dalam pengiriman produk yang dipesan        |         |   |    |    |     |
|               | 4   | Keramahan serta kesiapan mendengar keluhan pelanggan   |         |   |    |    |     |
|               | 5   | Keramahan dalam penagihan faktur pembayaran            |         |   |    |    |     |
|               | 6   | Kesiapan salesman dalam menghadapi masalah yang timbul |         |   |    |    |     |
| Keresponsifan | 7   | Kemampuan salesman dalam menerangkan produk            |         |   |    |    |     |
|               | 8   | Kejelasan penyampaian prosedur pelayanan pelanggan     |         |   |    |    |     |
|               | 9   | Kejelasan penyampaian informasi                        |         |   |    |    |     |
|               | 10  | Kemampuan dalam mengambil keputusan                    |         |   |    |    |     |
| Keyakinan     | 11  | Kualitas akan keaslian produk                          |         |   |    |    |     |
|               | 12  | Tingkat kepercayaan pelanggan terhadap produk          |         |   |    |    |     |
|               | 13  | Keefektifan komunikasi yang dilakukan dengan pelanggan |         |   |    |    |     |

|          |    |                                                          |  |  |  |  |  |
|----------|----|----------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
|          | 14 | Keterampilan salesman dalam memberikan pelayanan         |  |  |  |  |  |
|          | 15 | Pengetahuan dan kecakapan salesman                       |  |  |  |  |  |
|          | 16 | Tingkat kesopanan dan keramahan salesman                 |  |  |  |  |  |
|          | 17 | Jaminan terhadap produk yang rusak                       |  |  |  |  |  |
| Empati   | 18 | Pengembalian produk-produk yang tidak laku               |  |  |  |  |  |
|          | 19 | Kepedulian salesman terhadap produk                      |  |  |  |  |  |
|          | 20 | Kepedulian salesman terhadap harga yang dijual pelanggan |  |  |  |  |  |
| Berwujud | 21 | Kebersihan produk yang dijual pelanggan                  |  |  |  |  |  |
|          | 22 | Kerapian berpenampilan salesman                          |  |  |  |  |  |
|          | 23 | Keramahan dalam bersikap                                 |  |  |  |  |  |
|          | 24 | Kejelasan dalam menerangkan produk baru                  |  |  |  |  |  |
|          | 25 | Kepedulian salesman dalam penataan produk                |  |  |  |  |  |

| INDIKATOR     | NO. | PERTANYAAN                                             | HARAPAN |   |    |    |     |
|---------------|-----|--------------------------------------------------------|---------|---|----|----|-----|
|               |     |                                                        | SP      | P | CP | TP | STP |
| Keandalan     | 1   | Ketepatan waktu kedatangan salesman                    |         |   |    |    |     |
|               | 2   | Ketepatan dalam penyampaian program-program berjalan   |         |   |    |    |     |
|               | 3   | Kesesuaian dalam pengiriman produk yang dipesan        |         |   |    |    |     |
|               | 4   | Keramahan serta kesiapan mendengar keluhan pelanggan   |         |   |    |    |     |
|               | 5   | Keramahan dalam penagihan faktur pembayaran            |         |   |    |    |     |
|               | 6   | Kesiapan salesman dalam menghadapi masalah yang timbul |         |   |    |    |     |
| Keresponsifan | 7   | Kemampuan salesman dalam menerangkan produk            |         |   |    |    |     |
|               | 8   | Kejelasan penyampaian prosedur pelayanan pelanggan     |         |   |    |    |     |
|               | 9   | Kejelasan penyampaian informasi                        |         |   |    |    |     |
|               | 10  | Kemampuan dalam mengambil keputusan                    |         |   |    |    |     |
| Keyakinan     | 11  | Kualitas akan keaslian produk                          |         |   |    |    |     |
|               | 12  | Tingkat kepercayaan pelanggan terhadap produk          |         |   |    |    |     |



|          |    |                                                          |  |  |  |  |  |
|----------|----|----------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
|          | 13 | Keefektifan komunikasi yang dilakukan dengan pelanggan   |  |  |  |  |  |
|          | 14 | Keterampilan salesman dalam memberikan pelayanan         |  |  |  |  |  |
|          | 15 | Pengetahuan dan kecakapan salesman                       |  |  |  |  |  |
|          | 16 | Tingkat kesopanan dan keramahan salesman                 |  |  |  |  |  |
|          | 17 | Jaminan terhadap produk yang rusak                       |  |  |  |  |  |
| Empati   | 18 | Pengembalian produk-produk yang tidak laku               |  |  |  |  |  |
|          | 19 | Kepedulian salesman terhadap produk                      |  |  |  |  |  |
|          | 20 | Kepedulian salesman terhadap harga yang dijual pelanggan |  |  |  |  |  |
| Berwujud | 21 | Kebersihan produk yang dijual pelanggan                  |  |  |  |  |  |
|          | 22 | Kerapian berpenampilan salesman                          |  |  |  |  |  |
|          | 23 | Keramahan dalam bersikap                                 |  |  |  |  |  |
|          | 24 | Kejelasan dalam menerangkan produk baru                  |  |  |  |  |  |
|          | 25 | Kepedulian salesman dalam penataan produk                |  |  |  |  |  |