

LAPORAN
TUGAS AKHIR
ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
PELAYANAN JASA PT. JAS (Jasa Angkasa Semesta)
CARGO AREA BANDARA INTERNATIONAL
SOEKARNO-HATTA

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Meraih Gelar Sarjana Srata-1



Disusun Oleh :
DAKA HARI SAPALA TANJUNG (01603-008)
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

2007

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

LEMBAR PERSETUJUAN

JUDUL :

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
PELAYANAN JASA PT. JAS (Jasa Angkasa Semesta) CARGO
AREA BANDARA INTERNATIONAL SOEKARNO HATTA**

Nama : DAKA HARI SAPALA TANJUNG

NIM : 01603-008

Jurusan : TEKNIK INDUSTRI

Fakultas : TEKNOLOGI INDUSTRI

Universitas : MERCU BUANA

Tugas ini telah diperiksa dan diterima :

Jakarta, September 2007

Pembimbing Tugas Akhir

(Ir. Sonny Koeswara, MSIE)

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL :

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
PELAYANAN JASA PT. JAS (Jasa Angkasa Semesta) CARGO
AREA BANDARA INTERNATIONAL SOEKARNO HATTA**

Nama : DAKA HARI SAPALA TANJUNG

NIM : 01603-008

Jurusan : TEKNIK INDUSTRI

Fakultas : TEKNOLOGI INDUSTRI

Universitas : MERCU BUANA

Tugas ini telah diperiksa dan disetujui oleh :

Jakarta, September 2007

Mengetahui

Ketua Program Studi / Koordinator Tugas Akhir

(Muhammad Kholil, ST, MT)

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : DAKA HARI SAPALA TANJUNG

NIM : 01603-008

Jurusan : TEKNIK INDUSTRI

Fakultas : TEKNOLOGI INDUSTRI

Universitas : MERCU BUANA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa TUGAS Akhir ini adalah hasil karya sendiri kecuali pada bagian yang telah disebutkan sumbernya

Jakarta, September 2007

(DAKA HARI SAPALA TANJUNG)

ABSTRAK

PT. JAS (Jasa Angkasa Semesta) adalah perusahaan jasa yang bergerak dibidang Ground Handling, bisa berupa pelayanan penerbangan dan cargo. PT. JAS berdiri pada tanggal 8 Juni 1984 berdasarkan AKTA NO.12 dan dimiliki oleh 2 saham, masing-masing Purnawiwawan Tinggi TNI-AU sebesar 49 % dan BIMANTARA CITRA 51 %.

Pada tahun 1984, PT. JAS mulai melaksanakan operasi percobaan dengan menangani pesawat merpati. Pada tahun 2000, jumlah Airline bertambah menjadi 30 dengan menangani 19.000 penerbangan. PT. JAS berusaha menjadi perusahaan yang mengutamakan pelanggan, hal itu dilakukan dengan melihat semakin meningkatnya persaingan dibidang jasa penerbangan yang menjadi faktor pertimbangan untuk keunggulan pelayanan yang terbaik.

Dalam Tugas Akhir ini penulis melakukan penelitian dengan mengukur kepuasan pelanggan pada perusahaan PT. JAS Cargo Area dengan menggunakan metode Deskriptif untuk menganalisis tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan berdasarkan dimensi kualitas jasa. Pengukuran menggunakan Tingkat Kesesuaian, Analisis Kolerasi dan Koefisien Determinasi.

Penelitian dilakukan melalui kuisisioner berbentuk Likert yang dibagikan dan diisi oleh pelanggan PT. JAS Cargo Area. Jumlah responden dari kuisisioner berjumlah 30 responden dan kuisisioner ini hanya ditujukan Pada Bagian Document dan Customer Service.

Hasil perhitungannya adalah :

1. KEANDALAN

- a. Tingkat Kesesuaian
 - Kemampuan Bagian Document dan CS dalam memecahkan masalah = 95,5 %.
 - Kemudahan dalam menghubungi Bagian Document dan CS = 82,1%
- b. Analisis Kolerasi = -1 sempurna negative
- c. Koefisien Determinasi = 100 % sehingga pelanggan puas

2. DAYA TANGGAP

- a. Tingkat Kesesuaian
 - Kecepatan Bagian Document dan CS dalam proses penanganan pemecahan masalah = 88,1 %
 - Respon yang diberikan Bagian Document dan CS ketika menerima keluhan = 93,2 %
- b. Analisis Kolerasi = 1 sempurna positif
- c. Koefisien Determinasi = 100 % sehingga pelanggan puas

3. JAMINAN

- a. Tingkat Kesesuaian
 - Kepercayaan terhadap Bagian Document dan CS dalam memberikan informasi yang anda butuhkan = 88,5 %
 - Kejelasan suara Bagian Document dan CS sewaktu di telepon = 91,8 %
- b. Analisis Kolerasi = 1 sempurna positif
- c. Koefisien Determinasi = 100 % sehingga pelanggan puas

4. EMPATI

- a. Tingkat Kesesuaian
 - Kesabaran Bagian Document dan CS dalam memberikan bantuan dan arahan = 92,8 %
 - Perhatian secara individu yang diberikan Bagian Document dan CS = 96,8 %
- b. Analisis Kolerasi = 1 sempurna positif
- c. Koefisien Determinasi = 100 % sehingga pelanggan puas

5. BUKTI FISIK

- a. Tingkat Kesesuaian
 - Kelengkapan fasilitas yang digunakan Bagian Document dan CS = 86,5 %.
 - Kebersihan dan kenyamanan ruangan Bagian Document dan CS = 90 %
 - Kerapihan penampilan Bagian Document dan CS = 94 %
- b. Analisis Kolerasi = - 0,94 sangat kuat negatif
- c. Koefisien Determinasi = 88,36 % sisanya 11,64 % dipengaruhi oleh faktor lain sehingga pelanggan puas

ABSTRACT

PT. JAS (Jasa Angkasa Semesta) are moving service firm at Ground Handling's area, can as ministering as flight and cargo. PT. JAS on the fifteenth 8th June 1984 bases NO.12'S deeds and proprietaries by 2 stocks, each Purnawiawan TNI AU High as big as 49 % and BIMANTARA IS IMAGE 51 %.

On year 1984, PT. JAS begin to perform attempt operation with handle pigeon plane. On year 2000, total Airline gets handicraft to become 30 by handles 19.000 flights. PT. JAS tries to become firm that accentuates customer, that did by sees progressively increase it emulation at flight service area that becomes judgment factor for the best one service top.

In this Final Task writer does research by measure customer satisfaction on corporate PT. JAS Cargo's Area by use of Descriptive method for to increase satisfaction and behalf zoom analyze bases service quality dimension. Measurement utilizes To Increase suitability, colleration analyze and Determinant Coefficient.

Research is done through questionnaire gets dispensed Likert form and loaded by customer PT. JAS Cargo's Area. Total respondent from questionnaire total 30 respondents and it just is attributed On Document's Part and Customer Service.

Its count result is:

1. **RELIABILITY**

a. Suitability zoom

- Document's Sectioned ability and CS in solve problem = 95,5 %.
- Easy in contacts A Part Document and CS = 82,1%

b. colleration analyze = 1 perfect negative

c. Determinant coefficient = 100 % so customer please

2. **RESPONSIVENESS**

a. Suitability zoom

- Document's Sectioned speed and CS in processes trouble-shooting handle = 88,1 %
- Response that given by Document's Part and CS while accept complaint = 93,2 %

b. colleration analyze = 1 perfect positive

c. Determinant coefficient = 100 % so customer please

3. **ASSURANCE**

a. Suitability zoom

- Trust to Document's Part and CS in give information that you needs = 88,5 %
 - Voice sharpness A Part Document and CS one time at telephonical = 91,8 %
- b. colleration analyze = 1 perfect positive
- c. Determinant coefficient = 100 % so customer please
4. **EMPATHY**
- a. Suitability zoom
- Document's Part patient and CS in give help and instruction = 92,8 %
 - Attention individually which given by Document's Part and CS = 96,8 %
- b. Colleration analyze = 1 perfect positive
- c. Determinant coefficient = 100 % so customer please
5. **TANGIBLES**
- a. Suitability zoom
- Facility equipment that utilized by Document's Part and CS = 86,5 %.
 - Hygiene and hall convenience A Part Document and CS = 90 %
 - Orderly is Document's Part performance and CS = 94 %
- b. Colleration analyze= 0,94 herculean negative
- c. Determinant coefficient = 88,36 % its rests 11,64 % regarded by other factors so customer please

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohim

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya serta nikmat yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul **“Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa PT. JAS (Jasa Angkasa Semesta) Cargo Area Bandara International Soekarno Hatta”**.

Tugas Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi syarat kelulusan agar menjadi Sarjana Strata 1 / S1 pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Mercu Buana.

Pada kesempatan ini tidaklah berlebihan apabila penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Ir. Sonny Koeswaara, MSIE selaku Dosen Pembimbing
2. Bapak Ir. M.Kholil. ST.MT selaku Kepala Program Studi Teknik Industri dan Koordinator Tugas Akhir Teknik Industri Universitas Mercu Buana.
3. Kepada kedua Orangtua yang telah sangat membantu penulis, terutama **MAMAKU SAYANG. MA... MAMA ADALAH MAMA TERBAIK DIDUNIA INI.**

4. Mas Yoyok yang telah banyak membantu penulis.
5. Bapak M.Heydar, selaku Recruitment and Training Manager yang telah memberi izin penelitian kepada penulis.
6. Bapak Michael Lantang, selaku Leader CS yang telah memberi wejangan selama penulis mengadakan penelitian.
7. Bapak Wynd Rizaldi, selaku staff CS yang telah mengajarkan banyak hal kepada penulis.
8. Ibu Yuli dan Ibu Sandra , selaku staff CS yang juga membantu penulis.
9. **Emil**, teman dunia maya ku yang selalu memberi support dan **R....** yang selalu menjadi inspirasiku.
10. Seluruh Angkatan 2003 Teknik Industri yang telah menemaniku selama kuliah dan meberikan support kepada penulis. Demi Allah penulis sangat sayang kalian semua temanku.

Dalam hal ini penulis sadar bahwa masih banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini, baik dari materi maupun penyajiannya. Oleh karena itu penulis menerima segala kritikan dan saran yang sifatnya membangun demi sempurnanya Tugas Akhir ini dan penulis berharap semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi kita semua, Amin.

Jakarta, September 2007

Penulis

Daka Hari Sapala Tanjung

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Pokok Permasalahan	2
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Pembatasan Masalah	3
1.5. Metodologi Penelitian	3
1.6. Sistematika Penulisan	6

BAB II	LANDASAN TEORI.....	8
	2.1. Definisi Jasa	8
	2.2. Karakteristik Jasa	9
	2.3. Kepuasan Pelanggan	11
	2.4. Harapan dan Kepuasan Pelanggan.....	15
	2.5. Kualitas Jasa.....	16
	2.6. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	18
	2.7. Analisis Kolerasi.....	23
BAB III	METODELOGI PENELITIAN.....	26
	3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	26
	3.2. Identifikasi Masalah.....	26
	3.3. Tujuan Penelitian	27
	3.4. Tinjauan Pustaka	27
	3.5. Pengumpulan data.....	27
	3.6. Pengolahan Data	28
	3.7. Analisis Hasil Pembahasan	28
	3.8. Kesimpulan Dan Saran.....	28
BAB IV	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	30
	4.1. Sejarah dan Perkembangan Usaha Perusahaan.....	30
	4.2. Pengumpulan Data	37
	4.3. Pengolahan Data	38
BAB V	ANALISIS HASIL PEMBAHASAN.....	54
	5.1. Analisis Karakteristik Responden.....	54

5.2. Interpretasi Data Pada Bagian Document dan Customer Service	55
5.3. Analisis Kolerasi	57
5.4. Koefisien Determinasi.....	63
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	66
6.1. Kesimpulan	66
6.2. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	4.1	Peningkatan Jumlah Airline	34
Tabel	4.2	Contoh Format Jawaban Tipe Likert	38
Tabel	4.3	Hasil kuisiner	38
Tabel	4.4	Hasil kuisiner	39
Tabel	4.5	Perhitungan Rata-Rata dari penilaian Kepuasan Dan kepentingan dalam <u>Keandalan</u>	40
Tabel	4.6	Hasil Kuisoner	41
Tabel	4.7	Hasil Kuisoner	42
Tabel	4.8	Perhitungan Rata-Rata dari penilaian Kepuasan Dan kepentingan dalam <u>Daya Tanggap</u>	42
Tabel	4.9	Hasil Kuisoner	43
Tabel	4.10	Hasil Kuisoner	44
Tabel	4.11	Perhitungan Rata-Rata dari penilaian Kepuasan Dan kepentingan dalam <u>Keyakinan/Jaminan</u>	45
Tabel	4.12	Hasil kuisiner	46
Tabel	4.13	Hasil kuisiner	47

Tabel 4.14	Perhitungan Rata-Rata dari penilaian Kepuasan	
	Dan kepentingan dalam <u>Empati</u>	47
Tabel 4.15	Hasil Kuisioner	48
Tabel 4.16	Hasil Kuisioner	49
Tabel 4.17	Hasil Kuisioner	50
Tabel 4.18	Perhitungan Rata-Rata dari penilaian Kepuasan	
	Dan kepentingan dalam <u>Bukti Fisik</u>.....	50
Tabel 4.19	Rata-Rata dari nilai Xbar dan Ybar	52
Tabel 5.1	Karakteristik Responden	54
Tabel 5.2	Perhitungan Variabel X dan Y Keandalan.....	58
Tabel 5.3	Perhitungan Variabel X dan Y Daya Tanggap	59
Tabel 5.4	Perhitungan Variabel X dan Y	
	Keyakinan/Jaminan	60
Tabel 5.5	Perhitungan Variabel X dan Y Empati.....	61
Tabel 5.6	Perhitungan Variabel X dan Y Bukti Fisik	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Metodelogi Penelitian.....	5
Gambar 2.1	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	13
Gambar 2.2	Matriks Kepuasan dan Kepentingan	22
Gambar 2.3	Diagram Pencar.....	23
Gambar 3.1	Diagram Metodelogi Penelitian	29
Gambar 4.1	Matriks Kepuasan dan Kepentingan	53

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini persaingan bisnis dibidang jasa semakin ketat, oleh karena itu bidang usaha yang bergerak dibidang jasa dituntut untuk lebih meningkatkan pelayanan serta kepuasan pada pelanggannya. Setiap perusahaan melakukan pemasaran produk dan jasa yang menitik beratkan kepada tingkat keinginan / kepuasan pelanggan serta menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Bagi suatu perusahaan memberi pelayanan yang baik kepada pelanggan merupakan salah satu kegiatan penting dalam usaha jasa dan harus dilakukan secara menyeluruh sesuai dengan kebijaksanaan yang telah ditetapkan. PT. JAS (Jasa Angkasa Semesta) Cargo Area menganggap hal tersebut sangat penting karena jasa pelayanan akan mempengaruhi kepuasan pelanggannya. PT. JAS berupaya memberikan sarana dan fasilitas yang terbaik untuk pelanggannya. Namun ada kalanya muncul keluhan-keluhan dari konsumen mengenai kualitas pelayanan yang diberikan, baik dari segi sarana dan SDM yang memberikan pelayanan langsung. Untuk itu dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan, keluhan tersebut dapat dijadikan acuan untuk mengetahui tingkat

kepuasan konsumen. Oleh karena itu, tidak mudah untuk menjalin hubungan yang baik terhadap pelanggan bila tidak mengetahui sampai dimana tingkat kepuasan pelanggan tersebut, maka berdasarkan permasalahan yang ada harus dibuat suatu pengukuran untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan, maka dilakukan survey kepuasan pelanggan, misalnya dengan melakukan tanya jawab melalui kuesioner. Survey tersebut diharapkan bisa menjadi suatu landasan untuk kedepannya agar bisa lebih baik dalam melayani pelanggan. Oleh karena itulah, penulis tertarik untuk mengambil judul Tugas Akhir “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa PT. JAS (Jasa Angkasa Semesta) Cargo Area Bandara International Soekarno-Hatta”

1.2 Pokok Permasalahan

Dalam menghadapi perkembangan usaha jasa yang lebih cepat pada saat ini PT. JAS (Jasa Angkasa Semesta) Cargo Area harus siap melaksanakan berbagai upaya dalam meningkatkan pelayanan terhadap suatu pelanggan. Salah satu yang menjadi permasalahan yaitu mengenai suatu pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan.

- Apakah pelanggan PT. JAS Cargo Area merasakan kepuasan atas pelayanan yang telah diberikan ?
- Apakah kualitas pelayanan yang diberikan PT. JAS sudah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini antara lain :

- Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. JAS Cargo Area dari segi dimensi kualitas jasa.
- Mengetahui apakah ada hubungan antara kepuasan dan kepentingan dalam pelayanan jasa

1.4 Pembatasan Masalah

Agar permasalahan terarah dan jelas, maka penulis membatasi permasalahan sebagai berikut :

- Koesioner mengenai kepuasan pelanggan dibatasi pada Customer Service dan Dokument di PT. JAS Cargo Area.
- Analisis kepuasan pelanggan ini tidak membahas pemasaran, tetapi pada interpretasi mengenai sarana pelayanan dan layanan jasa tersebut diperhitungkan dengan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif yang berasal dari data kuesioner yang terkumpul.

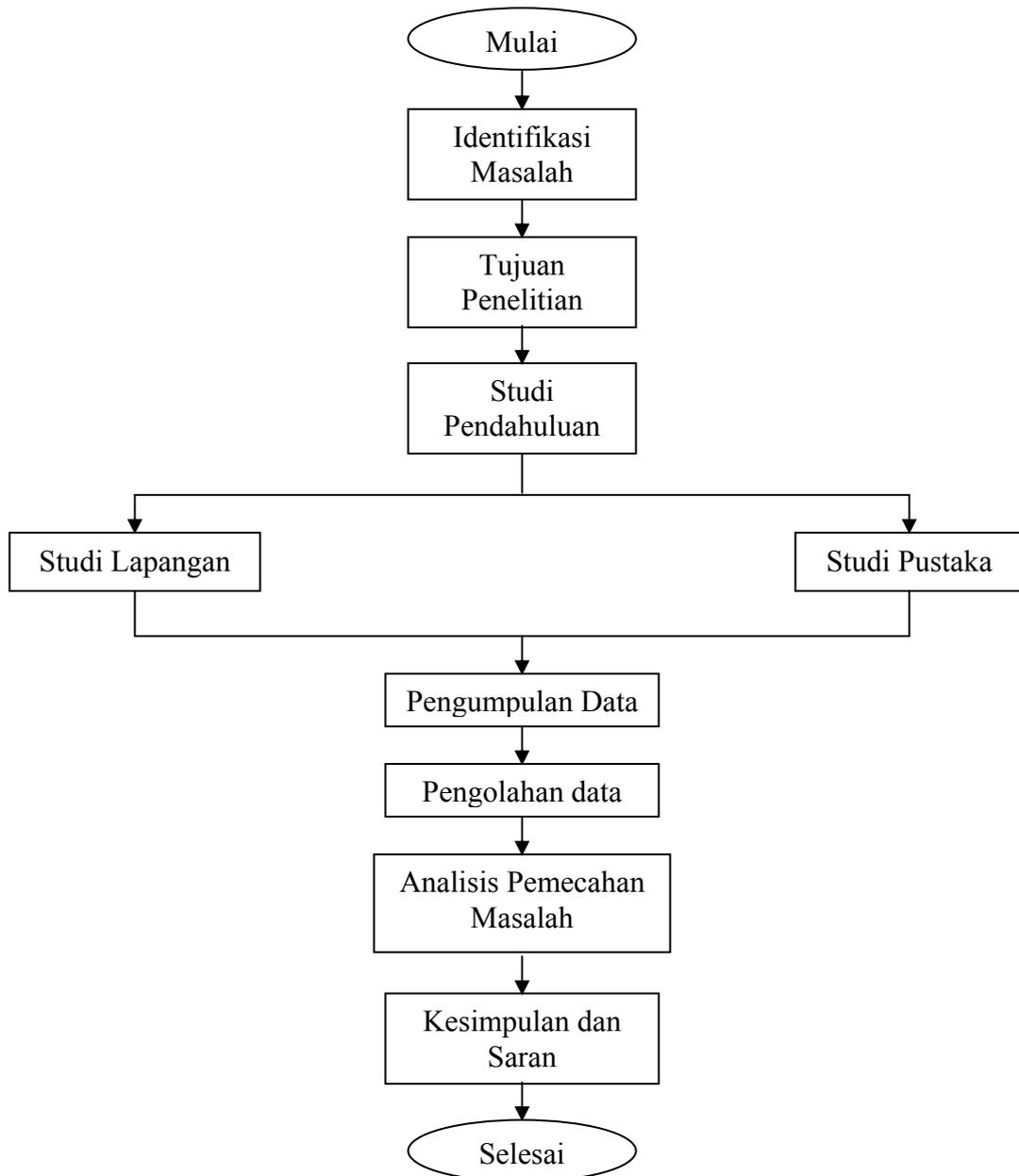
1.5 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian dan analisis melalui beberapa tahap yaitu :

- Meninjau langsung ke kawasan perusahaan dengan mengamati kegiatan karyawan perusahaan dan pelanggannya, khususnya bagian Customer Service dan Dokument (Observasi).

- Wawancara langsung dengan pimpinan manajemen perusahaan, karyawan, dan pelanggan yang berhubungan dengan pokok permasalahan yang diambil (Interview).
- Data yang diperoleh diambil secara bertahap sesuai dengan kebutuhan permasalahan dalam pembahasan ini.
- Studi kepustakaan dengan mempelajari referensi-referensi buku yang berhubungan dengan pokok masalah (Studi Literatur)

Dalam kaitan ini metodologi penelitian yang dirumuskan cenderung mengarah kepada kerangka penulis dalam memecahkan permasalahan pada penelitian ini. Adapun langkah-langkah dari metodologi penelitian ini seperti pada gambar 1.1



Gambar 1.1 Metodologi Penelitian

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini disusun berdasarkan suatu sistematika penulisan yang secara garis besar dapat di gambarkan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan konsep-konsep, teori-teori, dan rumusan yang menunjang dalam pemecahan masalah.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Menjelaskan cara pengerjaan tugas akhir dari awal pengambilan data, pengolahan data dan menganalisis sampai selesai

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan uraian gambaran umum perusahaan, cara penyusunan dan penyebaran kesioner untuk diperoleh data yang dibutuhkan, data dari pelanggan, dan metode analisis data.

BAB V ANALISIS HASIL PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang penganalisisan data-data yang telah diperoleh dan dibuat langkah-langkah penyelesaiannya.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan kesimpulan dari hasil penelitian dan pengolahan data yang telah diperoleh pada bab sebelumnya disertai dengan saran-saran yang diusulkan penulis.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Definisi Jasa

Sebenarnya pembedaan secara tegas antara barang dan jasa sering kali sukar dilakukan. Hal ini dikarenakan pembelian suatu barang sering kali disertai dengan jasa-jasa tertentu (misalnya instalasi, pemeberian garansi, pelatihan dan bimbingan operasional, perawatan dan reparasi) dan sebaliknya pembelian suatu jasa seringkali juga melibatkan barang-barang yang melengkapinya (misalnya makanan di restoran, telepon dalam jasa telekomunikasi). Definisi jasa menurut Philip Kotler sebagai berikut : “ *Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan produk fisik maupun tidak* “. Biasanya produk-produk yang dipasarkan menyajikan beberapa jasa pelayanan. Komponen pelayanan ini bisa merupakan sebagian kecil atau sebagian besar dari keseluruhan yang ditawarkan

2.2 Karakteristik Jasa

Ada empat karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang. Adapun keempat karakteristik tersebut yaitu :

1. *Intangibility* (Maya atau Tidak Berwujud)

Jasa bersifat *Intangible*, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi. Seorang konsumen jasa tidak dapat menilai hasil dari sebuah jasa sebelum ia mengalami atau mengkonsumsinya sendiri. Bila pelanggan membeli jasa tertentu, maka ia hanya menggunakan, memanfaatkan, atau menyewa jasa tersebut. Pelanggan tersebut tidak lantas memiliki jasa yang dibelinya. Produk-produk *Intangible* diyakini lebih sulit dievaluasi, karena bisa menimbulkan tingkat ketidakpastian dan persepsi risiko yang besar. Oleh karena itu, untuk tanda, petunjuk, atau bukti fisik kualitas jasa yang bersangkutan, mereka akan menyimpulkan kualitas jasa terdiri dari **tempat** (place), **orang** (people), **peralatan** (equipment), **bahan dan materi komunikasi** (communication materials), **simbol** (symbol), dan **harga** (price) yang mereka amati.

2. *Variability* (Berubah-ubah)

Jasa sangat bersifat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut di produksi. Sebagai contoh, dua orang yang datang ke salon yang sama dan meminta model rambut yang sama tidak akan mendapatkan hasil

100% indentik (kecuali kalau keduanya minta di plontos). Hal semacam ini terjadi karena jasa melibatkan unsur manusia dalam proses produksi dan konsumsinya. Berbeda dengan mesin, orang biasanya tidak bisa diprediksi dan cenderung tidak konsisten dalam hal sikap dan prilakunya. Menurut Bovee, Houston & Thill (1995), terdapat 3 faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa: (1) kerjasama atau partisipasinya pelanggan selama penyampaian jasa; (2) moral/motivasi karyawan dalam melayani pelanggan; (3) beban kerja perusahaan.

3. *Inseparability* (Tak Terpisahkan)

Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Keduanya mempengaruhi hasil (*outcome*) dari jasa tersebut. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah pemberian perhatian khusus pada tingkat partisipasi/keterlibatan pelanggan dalam proses jasa (misalnya aktivitas dan peran serta pelajar/mahasiswa dalam pendidikan di sekolah/Perguruan Tinggi). Demikian pula halnya dengan fasilitas pendukung jasa sangat perlu diperhatikan, misalnya ruang kuliah yang nyaman, tersedianya OHP, fasilitas komputer, dan sebagainya. Oleh karena itu, jasa tidak dapat dipisahkan dengan pribadi penjual, untuk jasa tertentu diciptakan dan dipergunakan habis pada saat bersamaan.

4. *Perishability* (Cepat Hilang)

Perishability berarti jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni akan berlalu saja karena tidak dapat disimpan. Dengan demikian bila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja. Kondisi tersebut tidak akan jadi masalah jika permintaannya konstan. Tetapi kenyataannya permintaan pelanggan biasanya bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman, misalnya permintaan jasa transportasi antar kota akan melonjak jelang Lebaran, Natal, dan Tahun Baru; permintaan akan jasa rekreasi akan melonjak jika pada saat liburan. Menurut Stanton, Etzel, dan Walker (1991), ada pengecualian dalam karakteristik *perishability* dan penyimpanan jasa. Dalam kasus tertentu jasa bisa disimpan, yaitu dalam bentuk pemesanan jasa (misalnya tiket pesawat, dan kamar hotel).

2.3 Kepuasan Pelanggan

Sebelum mengetahui apa itu kepuasan pelanggan, kita harus mengetahui siapa pelanggan itu. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, pelanggan dalam hal ini memegang peranan penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Pelanggan adalah seseorang secara kontinu dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.

Banyak para pakar yang mendefinisikan mengenai kepuasan pelanggan, antara lain :

Day (Tse dan Wilton, 1998) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. (Fandy Tjiptono 1996:146)

(Engel, et al. 1990) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. (Fandy Tjiptono 1996 : 146)

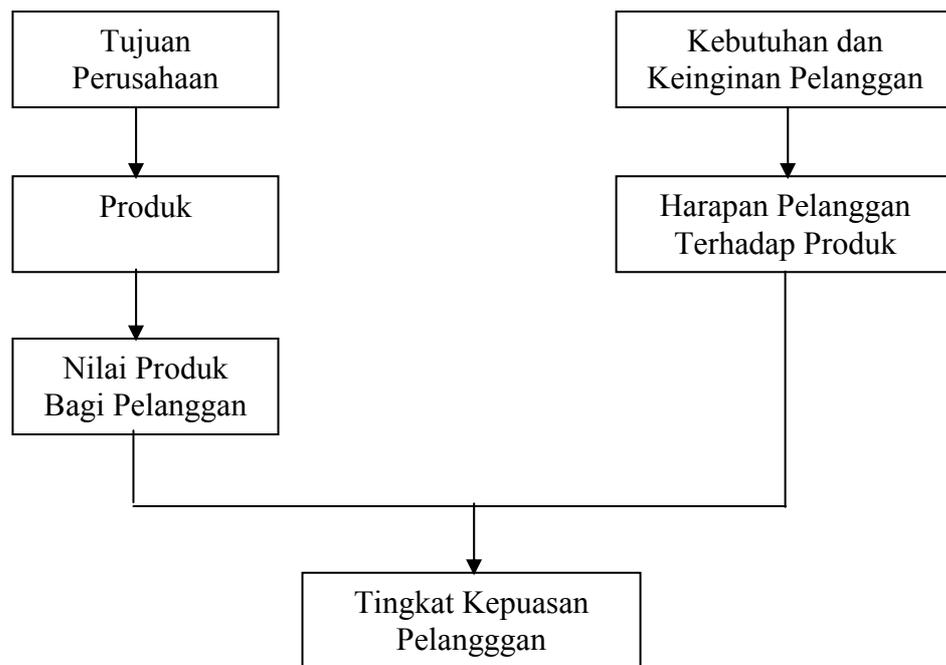
(Kotler 1994) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. (Fandy Tjiptono 1996: 146)

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Ada kesamaan dari beberapa definisi kepuasan pelanggan, yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja/hasil yang dirasakan). Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan

tentang apa yang diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk atau jasa yang dibeli. Adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, yaitu :

1. Hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis.
2. Dapat mendorong terciptanya loyalitas dari pelanggan.
3. Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan

Secara konseptual, kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan (Fandy Tjiptono)

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk memantau dan mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran, menyediakan kartu komentar, dan email.

2. Survei Kepuasan pelanggan

Setiap perusahaan yang menggunakan metode survei untuk mengetahui kepuasan pelanggannya akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

3. *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan/bersikap sebagai pelanggan. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati dan menilai cara perusahaan atau pesaingnya menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

4. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih ke perusahaan lain. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil

kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2.4 Harapan dan Kepuasan Pelanggan

Banyak perusahaan yang gagal memuaskan kebutuhan pelanggan karena persepsi mereka atas keinginan konsumen jauh dari kenyataan. Hal ini bukan disebabkan karena perusahaan tidak peduli dengan kebutuhan konsumen, tetapi ada hal lain yang diperlukan. Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, diantaranya pengalaman berbelanja dimasa lampau, opini teman dan kerabat, serta informasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaing.

Ada beberapa penyebab utama tidak terpenuhinya harapan pelanggan, antara lain :

- Pelanggan keliru mengkomunikasikan jasa yang diinginkan.
- Pelanggan keliru menafsirkan harga
- Miskomunikasi rekomendasi dari mulut ke mulut.
- Kinerja karyawan perusahaan jasa yang buruk.

Dengan demikian, penyedia jasa bertanggung jawab untuk meminimumkan miskomunikasi dan misinterpretasi yang mungkin terjadi dan menghindarinya dengan cara merancang jasa yang mudah dipahami dengan jelas. Sehingga harapan dan kepuasan bagi pelanggan bisa terwujud.

2.5 Kualitas Jasa

Meningkatnya jumlah persaingan menuntut setiap perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan pesaing. **Kualitas** adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan. Oleh karena itu, kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan ikatan yang kuat dengan perusahaan. Menurut Wyckof (dalam Lovelock,1998), **kualitas jasa** adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Jadi, output jasa dan cara penyampaian merupakan faktor-faktor yang dipergunakan dalam menilai kualitas jasa.

Ada 10 faktor utama yang menentukan kualitas jasa. Kesepuluh faktor tersebut meliputi :

1. **Reliabilitas**, meliputi dua aspek utama, yaitu konsistensi kinerja dan sifat dapat dipercaya. Hal ini berarti perusahaan mampu menyampaikan jasanya secara tepat sejak awal , memnuhi janjinya secara akurat dan andal (misalnya, menyampaikan jasa sesuai dengan jadwal yang disepakati), menyimpan jasa secara tepat, dan mengirimkan tagihan yang akurat.
2. **Responsivitas atau daya tanggap**, kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan secara

- cepat. Contohnya, ketepatan waktu layanan, kecepatan menghubungi kembali pelanggan dan penyampaian layanan secara cepat.
3. **Kompetensi**, yaitu penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat menyampaikan jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
 4. **Akses**, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi (contonya, telepon, email, fax, dll)
 5. **Kesopanan (*courtesy*)**, meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan yang dimiliki para *contact personnel* (seperti resepsionis, operator telepon, dll).
 6. **Komunikasi**, artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang mudah mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
 7. **Kredibilitas**, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik *contact personnel*, dan interaksi dengan pelanggan.
 8. **Keamanan (*security*)**, yaitu bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan.
 9. **Kemampuan memahami pelanggan**, yaitu berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka, memebrikan perhatian individual.
 10. **Bukti fisik (*tangibles*)**, meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, perosnil dan bahan-bahan komunikasi.

Dengan demikian, menurut Parasuraman, Zeithalm, dan Berry (1988) kesepuluh faktor tersebut masih bisa disederhanakan menjadi lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut :

1. **Keandalan (reliability)**, berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. **Daya tanggap (responsiveness)**, berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
3. **Jaminan (assurance)**, yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan dapat menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.
4. **Empati (empathy)**, berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian individual kepada pelanggan.
5. **Bukti fisik (tangibles)**, berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan perusahaan.

2.6 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Adapun manfaat dari pengukuran kepuasan pelanggan menurut Richard F. Gerson (2004) adalah sebagai berikut :

- Pengukuran menyebabkan orang memiliki rasa berhasil dan berprestasi, yang kemudian diterjemahkannya menjadi pelayanan yang prima kepada pelanggan.
- Pengukuran bisa dijadikan menentukan standar kinerja dan standar prestasi yang harus dicapai dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
- Pengukuran memberi tahu apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki mutu dan kepuasan pelanggan serta bagaimana harus melakukannya.
- Pengukuran memotivasi karyawan untuk melakukan dan mencapai tingkat produktivitas yang lebih tinggi.

Berdasarkan pendekatan ini, konsumen diminta memberikan penilaian atas masing-masing indikator produk jasa yang mereka nikmati. Penilaian tersebut pada umumnya menggunakan **Skala Likert** yaitu dengan cara memberikan rating dari 1 (sangat tidak puas) sampai 5 (sangat puas) dan 1 (sangat tidak penting) sampai 5 (sangat penting). Skala Likert bentuknya lebih langsung dan responden diminta untuk memilih jawaban seperti :

Tingkat Kepentingan

- nilai bobot 5 jawaban sangat penting
- nilai bobot 4 jawaban penting
- nilai bobot 3 jawaban cukup penting
- nilai bobot 2 jawaban tidak penting
- nilai bobot 1 jawaban sangat tidak penting

Tingkat Kinerja (kepuasan)

- nilai bobot 5 jawaban sangat puas/baik
- nilai bobot 4 jawaban puas/baik
- nilai bobot 3 jawaban cukup puas/baik
- nilai bobot 2 jawaban tidak puas/baik
- nilai bobot 1 jawaban sangat tidak puas/baik

Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja (kepuasan), maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian.

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja/pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan untuk prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini terdapat 2 buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana : Tki = Tingkat Kesesuaian Responden

Xi = Skor Penilaian Kinerja Perusahaan

Yi = Skor Penilaian Kepentingan Pelanggan

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam

penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan :

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

Dimana \bar{X} = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kepuasan

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

N = Jumlah responden

Matriks kepuasan dan kepentingan merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X} , \bar{Y}), dimana \bar{X} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan seluruh faktor atau atribut dan \bar{Y} adalah rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Rumus selanjutnya :

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

Dimana K = Banyaknya atribut/fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (dalam penelitian ini K = 11)

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian kedalam matriks kepuasan dan kepentingan seperti pada gambar 2.2 :

\bar{Y} Kepentingan		
	Prioritas Utama A	Pertahankan Prestasi B
\bar{Y}	C Prioritas Rendah	D Berlebihan
	\bar{X}	\bar{X} Kepuasan

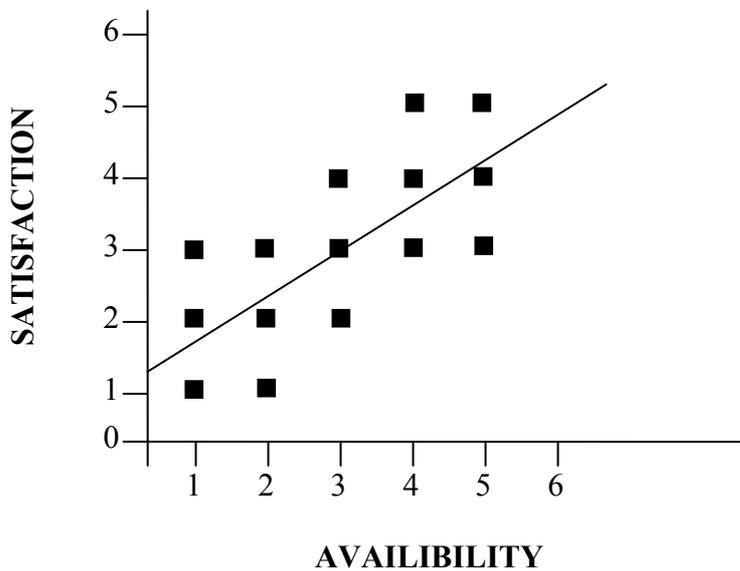
Gambar 2.2 Matriks Kepuasan dan Kepentingan

Keterangan :

- A.** Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap memengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan sehingga dianggap kurang memuaskan.
- B.** Menunjuk unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan memuaskan.
- C.** Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan tidak memuaskan.
- D.** Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi memuaskan.

2.7 Analisis Kolerasi

Analisis kolerasi adalah sekumpulan teknik statistika yang digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara dua variabel. Fungsi utama analisis kolerasi adalah untuk menentukan seberapa erat hubungan antara dua variabel. Suatu persentase grafis yang disebut “*scatter plot*” atau diagram pencar menunjukkan hubungan dari dua variabel X dan Y. Contoh hubungan dapat dilihat pada gambar 2.3



Gambar 2.3 Diagram Pencar

Seperti diharapkan, ada hubungan positif antara variabel X dan Y, hal ini ditandai dengan kenaikan nilai X yang diikuti oleh kenaikan nilai Y. Salah satu ukuran yang menyatakan keeratan hubungan adalah **koefisien kolerasi**. Jika $r =$ koefisien kolerasi, maka nilai r dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$-1 \leq r \leq 1$$

Ket : semakin mendekati 1 atau -1, hubungan kedua variabel sangat kuat/sempurna.

Jika nilai r :

0,00 – 0,19 = Tidak ada (+) atau (-)

0,20 – 0,39 = Lemah (+) atau (-)

0,40 – 0,59 = Cukup/sedang (+) atau (-)

0,60 – 0,79 = Kuat (+) atau (-)

0,80 – 0,99 = Sangat Kuat (+) atau (-)

1 = Sempurna (+) atau (-)

Sedangkan rumus untuk koefisien kolerasi r adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

n : Banyaknya responden

$\sum X$: Jumlah pengamatan variabel X

$\sum Y$: Jumlah pengamatan variabel Y

$(\sum X^2)$: Jumlah kuadrat pengamatan variabel X

$(\sum Y^2)$: Jumlah kuadrat pengamatan variabel Y

$(\sum X)^2$: Kuadrat jumlahan pangamatan variabel X

$(\sum Y)^2$: Kuadrat jumlahan pangamatan variabel Y

Setelah mengetahui nilai r, bagaimana menginterpretasi dari koefisien tersebut ? istilah seperti lemah, sedang, dan kuat sebenarnya tidak mempunyai arti yang pasti. Suatu ukuran lain yang mempunyai arti lebih pasti adalah koefisien

determinasi. **Koefisien determinasi** adalah besarnya kontribusi dari X terhadap naik turunnya nilai Y. koefisien ini tidak menunjukkan arah hubungan antara Variabel X dan Y. koefisien determinasi ditulis KD, maka untuk menghitung KD digunakan rumus :

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100 \%}$$

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

Adapun dalam menyelesaikan masalah-masalah yang ada agar dalam pengumpulan dan pengolahan data serta dalam analisa pembahasan dapat terarah dan sistematis. Untuk itu, diperlukan langkah-langkah dalam penelitian dari awal pengerjaan hingga selesai dengan mengambil inti-inti pokoknya

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada tanggal 6-10 agustus 2007. Penelitian dilakukan di PT. JAS Cargo Area Bandara International Soekarno Hatta.

3.2 Identifikasi Masalah

Pokok Permasalahan yang muncul tentang pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan, diantaranya :

- Apakah pelanggan PT. JAS Cargo Area merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan ?

- Apakah kualitas pelayanan yang diberikan PT. JAS sudah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan ?

3.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. JAS Cargo Area Bagian Customer Service dan Document dari segi dimensi kualitas jasa serta apakah ada hubungan antara tingkat kinerja/kepuasan dengan tingkat kepentingan.

3.4 Tinjauan Pustaka

Untuk memperkuat dan memperluas landasan berfikir sebelum peneliti terjun kelapangan dan melakukan suatu penelitian, maka peneliti haruslah dibekali dengan pengetahuan yang cukup dengan permasalahan serta tujuan yang hendak dicapai dari suatu penelitian. Studi pustaka yang diwujudkan dalam landasan teori dapat mendukung untuk menganalisis data yang telah diperoleh dan menyelesaikan permasalahan yang timbul sebagai acuan untuk menentukan tahapan pemecahan masalah.

3.5 Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu menggunakan model Likert dan membagikan kuisioner-kuisioner kepada pelanggan PT. JAS Cargo Area (Observasi) dan wawancara kepada pihak perusahaan atau pelanggan (Interview)

3.6 Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan setelah data dan informasi yang dibutuhkan telah didapat. Pengolahan datanya sebagai berikut :

- Skala Likert, bentuknya lebih langsung dan responden diminta untuk memilih jawaban seperti ; sangat puas, puas, cukup puas, tidak puas, sangat tidak puas dan sangat penting, penting, cukup penting, tidak penting, sangat tidak penting.
- Pembuatan perhitungan rata-rata dari penilaian kepuasan dan penilaian kepentingan terhadap perhitungan hasil rata-rata kuisioner menyeluruh.
- Pembuatan matriks kepuasan dan kepentingan.
- Perhitungan kolerasi antara hubungan kepuasan dan kepentingan.

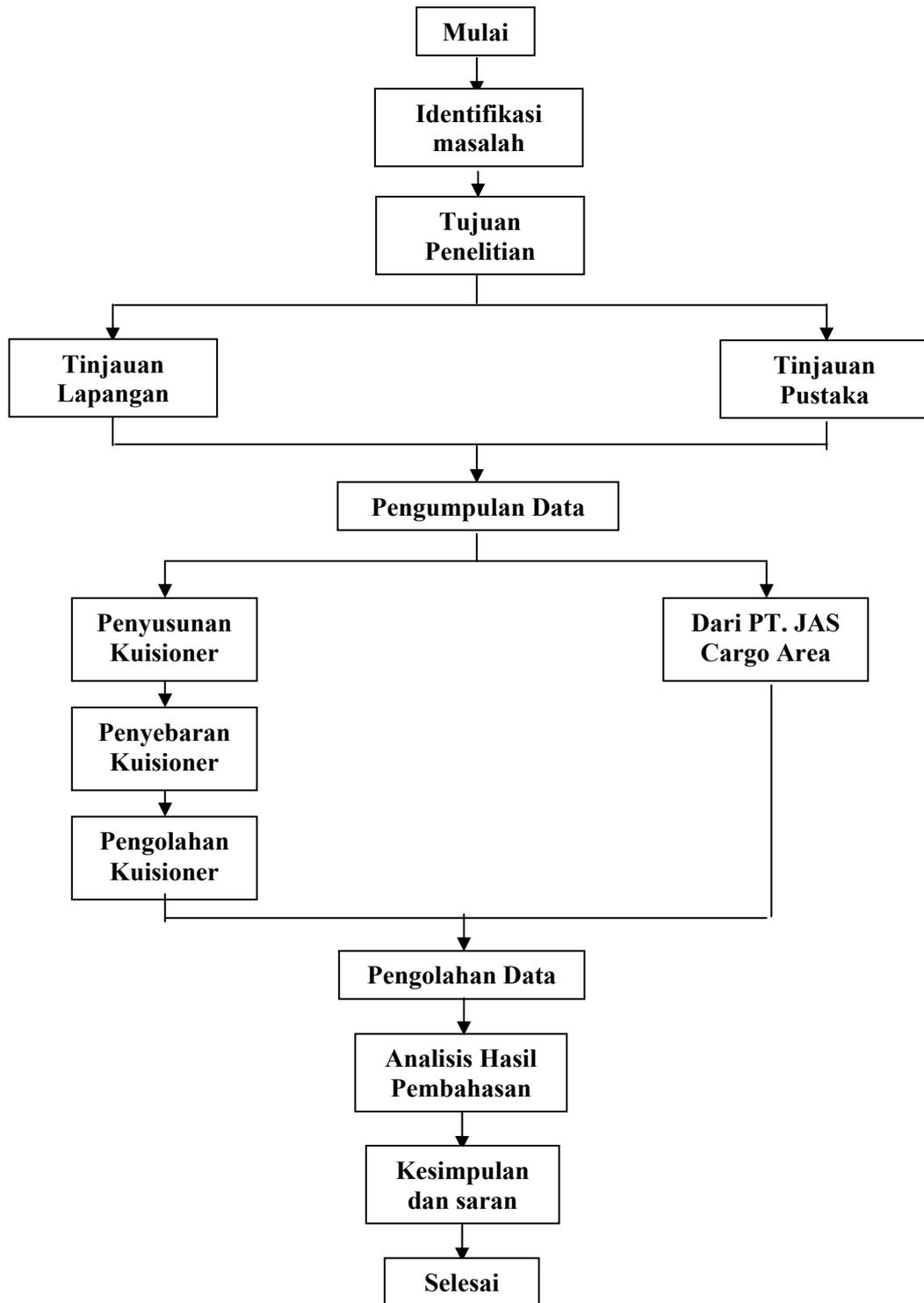
3.7 Analisis Hasil Pembahasan

Analisis ini mengacu pada pengolahan data yang telah dilakukan. Dalam analisis ini dihitung kolerasinya, koefisien determinasi juga menginterpretasi data. Hasil analisis diharapkan sebagai dasar bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan guna meningkatkan mutu pelayanan.

3.8 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dan saran merupakan penutup dari penulisan tugas akhir ini. Kesimpulan diperoleh dari bab sebelumnya dan dapat disarankan pula untuk perbaikan perusahaan dalam meningkatkan layanannya.

Diagram penulisan tugas akhir ini dapat dilihat pada gambar 3.1 :



Gambar 3.1 Diagram Metodologi Penelitian

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Sejarah dan Perkembangan Usaha Perusahaan

Kemayoran sebagai Bandar Udara Internasional pertama sudah tidak dapat dikembangkan sehingga akhirnya dipindahkan ke Bandar Udara Halim Perdanakusuma. Sedangkan pelayanan *Ground Handling* ditangani oleh GARUDA. Dalam perkembangannya pelayanan *Ground Handling* banyak mengalami hambatan, keluhan-keluhan yang disampaikan secara informal maupun formal melalui *Airlines Representatives Board (ARB)* dan *Airlines Operator Committee (AOC)* tidak teratasi dengan baik.

Pada saat itu para Purnawirawan Tinggi TNI-AU melihat ada peluang untuk mencoba mendirikan ”*Second Ground Handling Company*“, agar dapat berkompetisi dibidang pelayanan, izin prinsip diperoleh dari Departemen Perhubungan.

Setelah ijin prinsip diperoleh, para Purnawirawan Perwira Tinggi TNI-AU berusaha mencari *investor* yang dapat dijadikan mitra dalam mengembangkan perusahaan *Ground Handling* yang baru ini, sehingga PT. JAS berdiri berdasarkan AKTA No.12 tanggal 8 Juni 1984. Setelah mengadakan studi dan berdasarkan berbagai pertimbangan atas penawaran yang ada, maka diputuskan bahwa

BIMANTARA CITRA adalah mitra yang tepat pada saat itu, karena usaha penyediaan dana dalam waktu yang cepat dengan jumlah yang sesuai dengan yang diperlukan untuk investasi dan modal kerja termasuk dibidang manajemen.

A. Visi Dan Misi

PT. JAS ini mempunyai visi dan misi dalam meningkatkan kualitas perusahaannya.

VISI :

Mempunyai keunggulan dalam kualitas dan daya saing Internasional di bidang *Ground Handling* dan *Related Business*.

MISI :

1. Melakukan kegiatan usaha di bidang *Ground Handling* dan *Related service* dengan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan secara cepat, tepat, aman, efisien serta saling menguntungkan.
2. Memberikan hasil terbaik kepada pemegang saham (*Share Holder*)
3. Memberikan kesejahteraan terbaik kepada karyawan sesuai kontribusinya terhadap perusahaan.

B. Perkembangan Usaha

Dalam kurun waktu dari tahun 1984 sampai dengan tahun 2005 perkembangan usaha PT. JAS (Jasa Angkasa Semesta) dapat disajikan sebagai berikut. :

1. Pada bulan Oktober 1984 bersamaan dengan uji coba Bandara Udara Soekarno-Hatta, PT. JAS mulai melaksanakan operasi percobaan

menangani pesawat-pesawat merpati dengan kekuatan 35 orang staff, sedangkan tanggal 1 April 1985, PT. JAS melakukan operasi resmi pertama dengan menangani empat pelanggan yaitu *Singapore Airlines*, *Cathay Pacific*, *malaysian Airlines* dan *Lufthansa* dengan frekuensi penerbangan 47 kali perminggu. Pemerintah Departemen Perhubungan memberikan arahan bahwa dengan adanya *Ground Handling Company* yang baru diharapkan hal-hal sebagai berikut :

- Memberikan alternative bagi perusahaan penerbangan untuk menentukan *Ground Handling* yang diinginkan.
- Perlu meningkatkan kualitas pelayanannya dalam melakukan jasa *Ground Handling* agar dapat memenuhi harapan perusahaan penerbangan asing.

Mengingat kegiatan di Bandar Udara merupakan “*Highly Regulated Activities*”, maka dengan alasan keamanan penerbangan diputuskan bahwa hanya ada 2 perusahaan *Ground Handling* di Soekarno-Hatta Internasional, yaitu PT. Garuda dan PT. JAS berdasarkan Surat Keputusan Direktur Jenderal Perhubungan Udara Nomor : DJU/2043/DAU, 674/85, tanggal : 27 Mei 1985. PT. JAS berusaha untuk mendapatkan pelanggan baru dengan menunjukkan kualitas pelayanan yang baik dan biaya yang kompetitif. Hal itu hanya bisa didapat dengan adanya profesionalisme dan efisiensi, bukan dengan paksaan.

2. Pada tahun 1989 PT. JAS melebarkan usahanya ke Denpasar kegiatan *Ground Handling* kemudian bertambah dengan dibukanya jalur penerbangan baru *Lufthansa* ke Denpasar sebanyak 4 kali seminggu.

Perkembangan kegiatan di Bandara Udara Soekarno-Hatta pun bertambah dengan masuknya *Air France* dan *Sempati Air* (untuk penerbangan Internasional) sebagai *Airlines* pelanggan pada tahun 1990.

3. Bersamaan dengan peresmian Bandar Udara Juanda Surabaya sebagai *International Airport* pada tahun 1991, PT. JAS memulai operasinya di Surabaya. Pada tahun 1993, jumlah *Airlines* yang dilayani sebanyak 17 pelanggan dengan total penerbangan diseluruh *Station* sebanyak 13.532 penerbangan.
4. Pada tahun 1994 PT. JAS membuka *Station* baru di Manado yang kemudian diikuti di Ujung Pandang. Pada tahun 1997, PT. JAS menangani 19.000 penerbangan, 14 % lebih tinggi dari tahun 1996 dengan jumlah pelanggan meningkat menjadi 28 penerbangan dan ditangani oleh 1280 orang karyawan.

Dari sejak awal keberadaan PT. JAS yang bergerak dalam bidang *Ground Handling Service* pada tahun 1984 satu-satunya pelanggan yang ditangani adalah pesawat Merpati. Kemudian berkembang pada tahun berikutnya dan secara umum disajikan dalam bentuk table sebagai berikut :

Tabel 4.1 Peningkatan Jumlah Airline

TAHUN	JUMLAH AIRLINE
2000	30
1998	28
1995	17
1990	5
1985	4
1984	1

Airline yang ditangani oleh PT. Jasa Angkasa Semesta

No	Nama Airline	KODE AIRLINE					
		1984	1985	1990	1995	1998	2000
1	Merpati	MZ					
2	Singapore Airline		SQ	SQ	SQ		SQ
3	Cathay Pacific		CX	CX	CX		CX
4	Malaysian Airline		MH	MH	MH		MH
5	Lufthansa		LH	LH	LH		LH
6	Emirates			EK	EK		EK
7	Eva Air			BR	BR		BR
8	Royal Brunei				BI		BI
9	Gulf Air				GF		GF
10	Kuwait				KU		KU
11	KLM				KL		KL

Tugas Akhir

12	Qantas				QF		QF
13	Royal Jordanian				RJ		RJ
14	Saudia				SV		SV
15	Evergreen				EZ		EZ
16	Air Franca				AF		AF
17	Transmail				TSC		TSC
18	Air India						AIC
19	Airfast indonesia PT				AFE		AFE
20	All Nippon Airways				ANA		ANA
21	Ansett Australian				ANZ		ANZ
22	Batavia Air						7P
23	Etihad						ETD
24	Philippine Airlines				PAL		PAL
25	Qatar Airways						QTR
26	Silk Air				SLK		SLK
27	Srilanka				ALK		ALK
28	Uni Air				BAN		BAN

Kualitas pelanggan yang tinggi selalu dipertahankan, ini dibuktikan dengan diterimanya beberapa penghargaan dan *compliment letters* yang didapatkan dari *Airlines* pelanggan dan penumpang, untuk *Station-station* kami yang terbesar di 5 Bandara International di Indonesia, Soekarno-Hatta, Ngurah Rai, Juanda, Sam Ratulangi dan Hasannudin.

Penghargaan – penghargaan tersebut antara lain :

1. *Station Performance Award Group A* pada tahun 1987/1995, dari *Singapore Airline* untuk *Station Jakarta*.
2. *Best Far East Station Award* untuk tahun 1994/1995, dari *British Airways* untuk *Station Jakarta*
3. *12 Month Customer Service Excellent* 1997, dari *Qantas* untuk *Station Jakarta*.
4. *Station Performance Award* 1997, dari *Singapore Airlines* sebagai *Runner Up Group 1* untuk *Station Surabaya*

Pelayanan PT. JAS yang diberikan kepada pelanggan selalu diterapkan berdasarkan *Standart International* yang ditetapkan oleh IATA (*International Air Transport Association*) karena PT. JAS telah terdaftar sebagai anggota IGHC (*IATA Ground Handling Council*) sejak tahun 1988. Peralatan yang dipergunakan oleh PT. JAS dalam memberikan pelayanan, produksi oleh *IATA Registered Supplier* yang telah lulus dari *Technical Standart Specification test* yang dilakukan oleh Badan International tersebut. Selain itu peralatan-peralatan tersebut telah sesuai dengan Surat Keputusan Dirjend Perhubungan Udara Nomor : SKEP/225/IX/97 tanggal : 17 Desember 1997 tentang : Persyaratan Teknis Peralatan Penunjang Pelayanan Darat Pesawat Udara (*Ground Support Equipment / GSE*). Pelayanan yang diberikan semata-mata didasarkan atas azas sukarela berdasarkan perjanjian bilateral dengan para *Airlines* dan tidak ada unsur pemaksaan atau sejenis monopoli lainnya.

Berdasarkan Akta No. 35, tanggal 16 Desember 1996, komposisi kepemilikan saham saat sampai penulisan ini dibuat adalah :

- Bimantara Citra 51 %
- Yayasan TNI AU dan Purnawirawan TNI AU 49 %

4.2 Pengumpulan Data

A. Kuisisioner

Mengingat akan misi perusahaan bahwa pelanggan adalah yang utama sehingga dengan demikian akan selalu berusaha memberikan apa yang diinginkan oleh pelanggan, maka dilakukanlah survey kepuasan pelanggan dengan cara mengajukan daftar pertanyaan (kuisisioner) kepada pelanggan untuk mengetahui sejauh mana pelanggan mendapat kepuasan atas pelayanan yang diberikan.

B. Bentuk Kuisisioner

Kuisisioner disusun dengan metode penskalaan/format tipe Likert. Karena hal ini memungkinkan para pelanggan menjawab dalam berbagai tingkatan bagi setiap butir kepuasan. Format Likert ini mempunyai prosedur penskalaan dimana pada ujung sebelah kiri (dengan angka besar) menggambarkan suatu jawaban yang positif sedangkan ujung kanan (dengan angka rendah) menggambarkan yang negatif. Contoh dari format tipe Likert dapat dilihat pada tabel 4.2

Tabel 4.2 Contoh format jawaban tipe Likert

Sangat Baik/Puas (5)	Baik/Puas (4)	Cukup Baik/Puas (3)	Tidak Baik/Puas (2)	Sangat Tidak Baik/Puas (1)
Sangat Penting (5)	Penting (4)	Cukup Penting (3)	Tidak Penting (4)	Sangat Tidak Penting (1)

C. Penyebaran Kuisisioner

Kuisisioner ini diberikan kepada pelanggan PT. JAS Cargo Area sebanyak 30 kuisisioner dan terdiri dari 11 pertanyaan yang mencakup lima dimensi kualitas jasa dan hanya pada tempat Customer Service dan Document. Adapun data kuisisioner tersebut dapat dilihat pada lampiran.

4.3 Pengolahan Data

A. Keandalan

1. Bagaimana kemampuan Bagian Document dan Customer Service dalam memecahkan masalah anda

Tabel 4.3 Hasil Kuisisioner

KEPUASAN						KEPENTINGAN						TINGKAT KESESUAIAN %
SB	B	CB	TB	STB	BOBOT	SP	P	CP	TP	STP	BOBOT	
8	12	9	1	0	117	7	18	5	0	0	122	95,9 %

$$\text{Perhitungan bobot : } 8(5) + 12(4) + 9(3) + 1(2) = 117 \text{ (Kepuasan)}$$

$$7(5) + 18(4) + 5(3) = 122 \text{ (Kepentingan)}$$

$$\text{Perhitungan Tingkat Kesesuaian : } \frac{\text{Bobot Kepuasan}}{\text{Bobot Kepentingan}} \times 100 \%$$

$$\frac{117}{122} \times 100 \% = 95,9 \%$$

2. Bagaimana kemudahan dalam menghubungi/mengkonfirmasi bagian Document dan Customer Service bila anda membutuhkan bantuan

Tabel 4.4 Hasil Kuisiner

KEPUASAN						KEPENTINGAN						TINGKAT KESESUAIAN %
SB	B	CB	TB	STB	BOBOT	SP	P	CP	TP	STP	BOBOT	
3	15	11	1	0	110	11	16	3	0	0	134	82,1 %

$$\text{Perhitungan bobot : } 3(5) + 15(4) + 11(3) + 1(2) = 110 \text{ (Kepuasan)}$$

$$11(5) + 16(4) + 3(3) = 134 \text{ (Kepentingan)}$$

$$\text{Perhitungan Tingkat Kesesuaian : } \frac{\text{Bobot Kepuasan}}{\text{Bobot Kepentingan}} \times 100 \%$$

$$\frac{110}{134} \times 100 \% = 82,1 \%$$

Tabel 4.5 Perhitungan rata-rata dari penilaian kepuasan dan penilaian kepentingan dalam keandalan

No	Pernyataan	Kepuasan (X)	Kepentingan (Y)	(\bar{X})	(\bar{Y})
1	Kemampuan bagian Document dan Customer service dalam memecahkan masalah anda	117	122	3,9	4,06
2	Kemudahan dalam menghubungi/mengkonfirmasi bagian Document dan customer Service bila anda membutuhkan bantuan	110	134	3,67	4,47

Sebelum membuat matriks kepuasan dan kepentingan terlebih dahulu dilakukan perhitungan untuk nilai rata-rata dari penilaian kepuasan dan kepentingan pada faktor keandalan. Bobot nilai untuk tingkat kepuasan yang sudah didapat pada tabel 4.4 dijadikan penilaian kepuasan (X) dan untuk bobot kepentingan dijadikan penilaian kepentingan (Y). selanjutnya dilakukan perhitungan rata-rata dari X dan Y tersebut, dengan cara sebagai berikut :

Dik : n = 30

$$1) \quad \bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$
$$\qquad = \frac{117}{30} = 3,9 \qquad \qquad = \frac{122}{30} = 4,06$$

$$2) \quad \bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

$$= \frac{110}{30} = 3,67 \qquad = \frac{134}{30} = 4,47$$

Dimana \bar{X} = skor rata-rata tingkat kepuasan
 \bar{Y} = skor rata-rata tingkat kepentingan
n = jumlah responden

B. Daya Tanggap

3. Bagaimana kecepatan bagian Document dan Customer Service dalam proses penanganan pemecahan masalah anda

Tabel 4.6 Hasil Kuisioner

KEPUASAN						KEPENTINGAN						TINGKAT KESESUAIAN %
SB	B	CB	TB	STB	BOBOT	SP	P	CP	TP	STP	BOBOT	
4	16	8	1	1	111	11	14	5	0	0	126	88,1 %

Perhitungan bobot : $4(5) + 16(4) + 8(3) + 1(2) + 1(1) = 111$ (Kepuasan)

$11(5) + 14(4) + 5(3) = 126$ (Kepentingan)

Perhitungan Tingkat Kesesuaian : $\frac{\text{Bobot Kepuasan}}{\text{Bobot Kepentingan}} \times 100 \%$

$$\frac{111}{126} \times 100 \% = 88,1 \%$$

4. Bagaimana respon yang diberikan bagian Document dan Customer Service ketika menerima keluhan anda

Tabel 4.7 Hasil Kuisioner

KEPUASAN						KEPENTINGAN						TINGKAT KESESUAIAN %
SB	B	CB	TB	STB	BOBOT	SP	P	CP	TP	STP	BOBOT	
4	14	10	2	0	110	9	10	11	0	0	118	93,2 %

Perhitungan bobot : $4(5) + 14(4) + 10(3) + 2(2) = 110$ (Kepuasan)

$9(5) + 10(4) + 11(3) = 118$ (Kepentingan)

Perhitungan Tingkat Kesesuaian : $\frac{\text{Bobot Kepuasan}}{\text{Bobot Kepentingan}} \times 100 \%$

$$\frac{110}{118} \times 100 \% = 93,2 \%$$

Tabel 4.8 Perhitungan rata-rata dari penilaian kepuasan dan penilaian kepentingan dalam daya tanggap

No	Pernyataan	Kepuasan (X)	Kepentingan (Y)	(\bar{X})	(\bar{Y})
3	Kecepatan bagian Document dan Customer Service dalam proses penanganan pemecahan masalah anda	111	126	3,7	4,2
4	Bagaimana respon yang diberikan bagian Document dan Customer Service ketika menerima keluhan anda	110	118	3,67	3,93

Bobot nilai untuk tingkat kepuasan yang sudah didapat pada tabel 4.7 dijadikan penilaian kepuasan (X) dan untuk bobot kepentingan dijadikan penilaian

kepentingan (Y). selanjutnya dilakukan perhitungan rata-rata dari X dan Y tersebut, dengan cara sebagai berikut :

Dik : n = 30

$$3) \quad \bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

$$= \frac{111}{30} = 3,7 \qquad = \frac{126}{30} = 4,2$$

$$4) \quad \bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

$$= \frac{110}{30} = 3,67 \qquad = \frac{118}{30} = 3,93$$

Dimana \bar{X} = skor rata-rata tingkat kepuasan
 \bar{Y} = skor rata-rata tingkat kepentingan
n = jumlah responden

C. Jaminan

5. Bagaimana kepercayaan terhadap Bagian Document dan Customer Service dalam memberikan informasi yang anda butuhkan

Tabel 4.9 Hasil Kuisiner

KEPUASAN						KEPENTINGAN						TINGKAT KESESUAIAN %
SB	B	CB	TB	STB	BOBOT	SP	P	CP	TP	STP	BOBOT	
7	14	7	2	0	116	14	13	3	0	0	131	88,5 %

$$\text{Perhitungan bobot : } 7(5) + 14(4) + 7(3) + 2(2) = 116 \text{ (Kepuasan)}$$

$$14(5) + 13(4) + 3(3) = 131 \text{ (Kepentingan)}$$

$$\text{Perhitungan Tingkat Kesesuaian : } \frac{\text{Bobot Kepuasan}}{\text{Bobot Kepentingan}} \times 100 \%$$

$$\frac{116}{131} \times 100 \% = 88,5 \%$$

6. Bagaimana kejelasan suara Bagian Document dan Customer Service dalam memberikan petunjuk/inforasi sewaktu anda menelpon

Tabel 4.10 Hasil Kuisisioner

KEPUASAN						KEPENTINGAN						TINGKAT KESESUAIAN %
SB	B	CB	TB	STB	BOBOT	SP	P	CP	TP	STP	BOBOT	
8	9	11	2	0	113	9	15	6	0	0	123	91,8 %

$$\text{Perhitungan bobot : } 8(5) + 9(4) + 11(3) + 2(2) = 113 \text{ (Kepuasan)}$$

$$9(5) + 15(4) + 6(3) = 123 \text{ (Kepentingan)}$$

$$\text{Perhitungan Tingkat Kesesuaian : } \frac{\text{Bobot Kepuasan}}{\text{Bobot Kepentingan}} \times 100 \%$$

$$\frac{113}{123} \times 100 \% = 91,8 \%$$

Tabel 4.11 Perhitungan rata-rata dari penilaian kepuasan dan penilaian kepentingan dalam Jaminan

No	Pernyataan	Kepuasan (X)	Kepentingan (Y)	(\bar{X})	(\bar{Y})
5	Bagaimana rasa kepercayaan terhadap Bagian Document dan Customer Service dalam memberikan informasi yang anda butuhkan	116	131	3,87	4,37
6	Bagaimana kejelasan suara Bagian Document dan Customer Service dalam memberikan petunjuk atau informasi sewaktu anda anda menelp0n	113	123	3,77	4,1

Bobot nilai untuk tingkat kepuasan yang sudah didapat pada tabel 5.0 dijadikan penilaian kepuasan (X) dan untuk bobot kepentingan dijadikan penilaian kepentingan (Y). selanjutnya dilakukan perhitungan rata-rata dari X dan Y tersebut, dengan cara sebagai berikut :

Dik : n = 30

$$5) \quad \bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

$$= \frac{116}{30} = 3,87 \qquad = \frac{131}{30} = 4,37$$

$$6) \quad \bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

$$= \frac{113}{30} = 3,77 \qquad = \frac{123}{30} = 4,1$$

Dimana \bar{X} = skor rata-rata tingkat kepuasan
 \bar{Y} = skor rata-rata tingkat kepentingan
n = jumlah responden

D. Empati

7. Bagaimana kesabaran Bagian Document dan Customer Service dalam memberikan bantuan dan arahan kepada pelanggan

Tabel 4.12 Hasil Kuisisioner

KEPUASAN						KEPENTINGAN						TINGKAT KESESUAIAN %
SB	B	CB	TB	STB	BOBOT	SP	P	CP	TP	STP	BOBOT	
9	12	6	3	0	117	8	20	2	0	0	126	92,8 %

Perhitungan bobot : $9(5) + 12(4) + 6(3) + 3(2) = 117$ (Kepuasan)

$8(5) + 20(4) + 2(3) = 126$ (Kepentingan)

Perhitungan Tingkat Kesesuaian : $\frac{\text{Bobot Kepuasan}}{\text{Bobot Kepentingan}} \times 100 \%$

$$\frac{117}{126} \times 100 \% = 92,8 \%$$

8. Bagaimana perhatian secara individu yang diberikan oleh Bagian document dan Customer Service kepada pelanggan

Tabel 4.13 Hasil Kuisisioner

KEPUASAN						KEPENTINGAN						TINGKAT KESESUAIAN %
SB	B	CB	TB	STB	BOBOT	SP	P	CP	TP	STP	BOBOT	
12	11	5	2	0	123	10	17	3	0	0	127	96,8 %

Perhitungan bobot : $12(5) + 11(4) + 5(3) + 2(2) = 123$ (Kepuasan)

$10(5) + 17(4) + 3(3) = 127$ (Kepentingan)

Perhitungan Tingkat Kesesuaian : $\frac{\text{Bobot Kepuasan}}{\text{Bobot Kepentingan}} \times 100 \%$

$$\frac{123}{127} \times 100 \% = 96,8 \%$$

Tabel 4.14 Perhitungan rata-rata dari penilaian kepuasan dan penilaian kepentingan dalam Empati

No	Pernyataan	Kepuasan (X)	Kepentingan (Y)	(\bar{X})	(\bar{Y})
7	Bagaimana kesabaran Bagian Document dan Customer Service dalam memberikan bantuan dan arahan kepada pelanggan	117	126	3,9	4,2
8	Bagaimana perhatian secara individu yang diberikan oleh Bagian document dan Customer Service kepada pelanggan	123	127	4,1	4,23

Bobot nilai untuk tingkat kepuasan yang sudah didapat pada tabel 5.3 dijadikan penilaian kepuasan (X) dan untuk bobot kepentingan dijadikan penilaian

kepentingan (Y). selanjutnya dilakukan perhitungan rata-rata dari X dan Y tersebut, dengan cara sebagai berikut :

Dik : n = 30

$$7) \quad \bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} = \frac{117}{30} = 3,9 \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} = \frac{126}{30} = 4,2$$

$$8) \quad \bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} = \frac{123}{30} = 4,1 \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} = \frac{127}{30} = 4,23$$

Dimana \bar{X} = skor rata-rata tingkat kepuasan
 \bar{Y} = skor rata-rata tingkat kepentingan
n = jumlah responden

E. Bentuk Fisik

9. Bagaimana kelengkapan fasilitas yang digunakan Bagian Document dan Customer Service dalam melayani pelanggan

Tabel 4.15 Hasil Kuisioner

KEPUASAN						KEPENTINGAN						TINGKAT KESESUAIAN %
SB	B	CB	TB	STB	BOBOT	SP	P	CP	TP	STP	BOBOT	
8	11	9	2	0	115	15	13	2	0	0	133	86,5 %

$$\text{Perhitungan bobot : } 8(5) + 11(4) + 9(3) + 2(2) = 115 \text{ (Kepuasan)}$$

$$15(5) + 13(4) + 2(3) = 133 \text{ (Kepentingan)}$$

$$\text{Perhitungan Tingkat Kesesuaian : } \frac{\text{Bobot Kepuasan}}{\text{Bobot Kepentingan}} \times 100 \%$$

$$\frac{115}{133} \times 100 \% = 86,5 \%$$

10. Bagaimana kebersihan dan kenyamanan ruangan Bagian document dan Customer service

Tabel 4.16 Hasil Kuisisioner

KEPUASAN						KEPENTINGAN						TINGKAT KESESUAIAN %
SB	B	CB	TB	STB	BOBOT	SP	P	CP	TP	STP	BOBOT	
8	13	7	2	0	117	12	12	6	0	0	130	90 %

$$\text{Perhitungan bobot : } 8(5) + 13(4) + 7(3) + 2(2) = 117 \text{ (Kepuasan)}$$

$$12(5) + 12(4) + 6(3) = 130 \text{ (Kepentingan)}$$

$$\text{Perhitungan Tingkat Kesesuaian : } \frac{\text{Bobot Kepuasan}}{\text{Bobot Kepentingan}} \times 100 \%$$

$$\frac{117}{130} \times 100 \% = 90 \%$$

11. Bagaimana kerapihan penampilan Bagian Document dan Customer Service

Tabel 4.17 Hasil Kuisisioner

KEPUASAN						KEPENTINGAN						TINGKAT KESESUAIAN %
SB	B	CB	TB	STB	BOBOT	SP	P	CP	TP	STP	BOBOT	
7	15	7	1	0	118	9	17	4	0	0	125	94,4 %

Perhitungan bobot : $7(5) + 15(4) + 7(3) + 1(2) = 118$ (Kepuasan)

$9(5) + 17(4) + 4(3) = 125$ (Kepentingan)

Perhitungan Tingkat Kesesuaian : $\frac{\text{Bobot Kepuasan}}{\text{Bobot Kepentingan}} \times 100 \%$

$$\frac{118}{125} \times 100 \% = 94,4 \%$$

Tabel 4.18 Perhitungan rata-rata dari penilaian kepuasan dan penilaian kepentingan dalam Bentuk Fisik

No	Pernyataan	Kepuasan (X)	Kepentingan (Y)	(\bar{X})	(\bar{Y})
9	Bagaimana kelengkapan fasilitas yang digunakan Bagian Document dan Customer Service dalam melayani pelanggan	115	133	3,83	4,43
10	Bagaimana kebersihan dan kenyamanan ruangan Bagian document dan Customer service	117	130	3,9	4,33
11	kerapihan penampilan Bagian Document dan Customer Service	118	125	3,93	4,16

Bobot nilai untuk tingkat kepuasan yang sudah didapat pada tabel 5.7 dijadikan penilaian kepuasan (X) dan untuk bobot kepentingan dijadikan penilaian kepentingan (Y). selanjutnya dilakukan perhitungan rata-rata dari X dan Y tersebut, dengan cara sebagai berikut :

Dik : n = 30

$$\begin{aligned} 9) \quad \bar{X} &= \frac{\sum X_i}{n} & \bar{Y} &= \frac{\sum Y_i}{n} \\ &= \frac{115}{30} = 3,83 & &= \frac{133}{30} = 4,43 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 10) \quad \bar{X} &= \frac{\sum X_i}{n} & \bar{Y} &= \frac{\sum Y_i}{n} \\ &= \frac{117}{30} = 3,9 & &= \frac{130}{30} = 4,33 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 11) \quad \bar{X} &= \frac{\sum X_i}{n} & \bar{Y} &= \frac{\sum Y_i}{n} \\ &= \frac{118}{30} = 3,93 & &= \frac{125}{30} = 4,16 \end{aligned}$$

Dimana \bar{X} = skor rata-rata tingkat kepuasan
 \bar{Y} = skor rata-rata tingkat kepentingan
n = jumlah responden

Setelah dilakukan perhitungan \bar{X} dan \bar{Y} , maka dilakukan perhitungan rata-rata dari nilai \bar{X} dan \bar{Y} tersebut, dengan cara sebagai berikut :

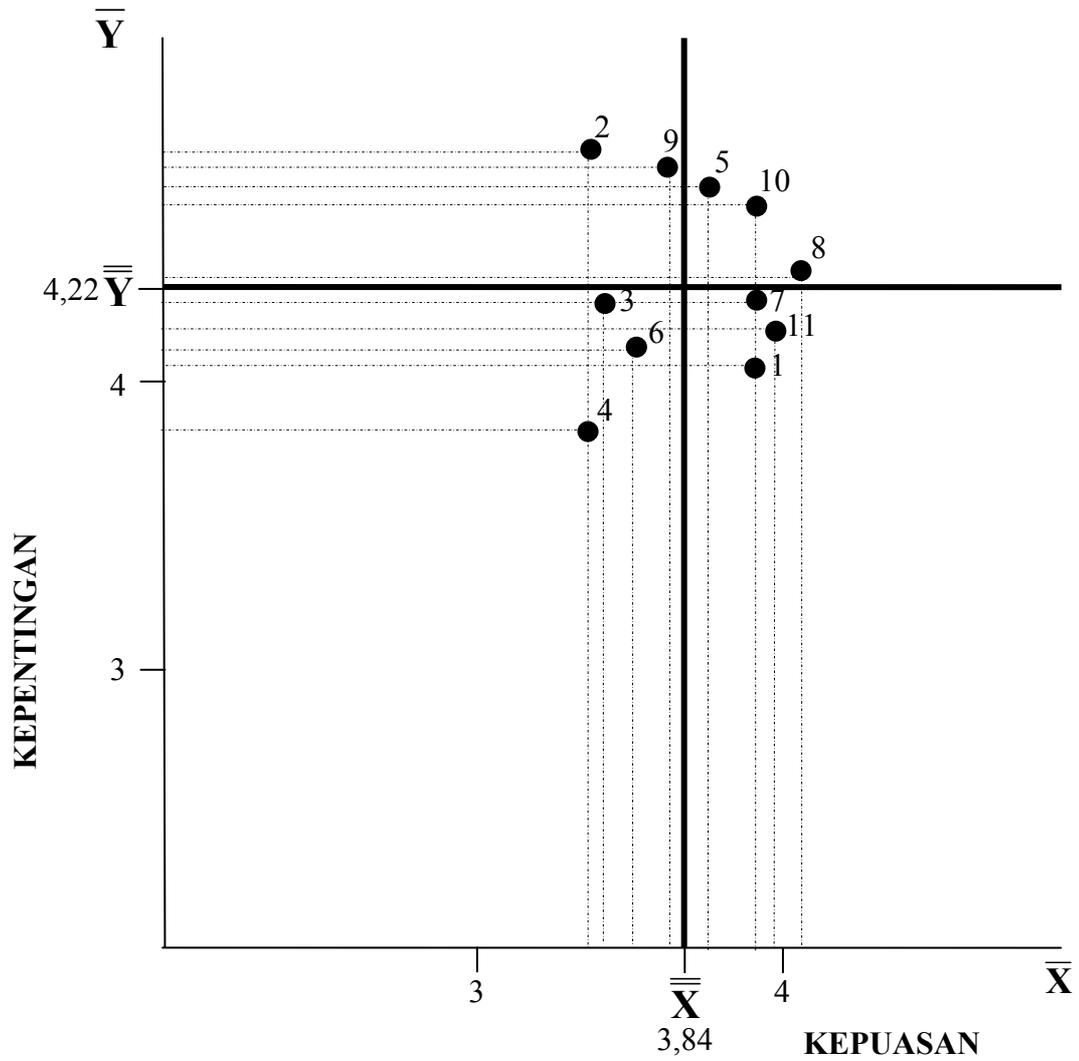
$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K} & \bar{Y} &= \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K} \\ &= \frac{42,24}{11} = 3,84 & &= \frac{46,48}{11} = 4,22\end{aligned}$$

K adalah atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam hal ini K = 11 atribut yang terdapat pada semua dimensi kualitas jasa.

Tabel 4.19 Rata-Rata dari Nilai Xbar dan Ybar

N0.	Penilaian Kepuasan (X)	Penilaian Kepentingan (Y)	(\bar{X})	(\bar{Y})
1	117	122	3,9	4,06
2	110	134	3,67	4,47
3	111	126	3,7	4,2
4	110	118	3,67	3,93
5	116	131	3,87	4,37
6	113	123	3,77	4,1
7	117	126	3,9	4,2
8	123	127	4,1	4,23
9	115	133	3,83	4,43
10	117	130	3,9	4,33
11	118	125	3,93	4,16
Rata-rata (\bar{X}, \bar{Y})			3,84	4,22

Setelah diketahui \bar{X} dan \bar{Y} , maka dibuatlah matriks kepuasan dan kepentingan



Gambar 4.1 Matriks Kepuasan dan Kepentingan

BAB V

ANALISIS HASIL PEMBAHASAN

5.1 Analisis karakteristik Responden

Untuk melakukan penelitian ini, penulis menyebarkan kuisisioner kepada 30 responden. Seluruh lembaran kuisisioner ini telah diisi dan dikembalikan dengan jawaban yang lengkap sehingga dapat dijadikan bahan penelitian selanjutnya. Data yang diperoleh dari kuisisioner ini kemudian dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin dan usia.

Tabel 5.1
Karakteristik Responden

Variabel	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin		
· Pria	30	100 %
· Wanita	0	0 %
Usia		
· 18-22 Tahun	1	3.33 %
· 23-27 Tahun	7	23.31 %
· 28-32 Tahun	7	23.31 %

· 33-37 Tahun	9	29.97 %
· > 38 Tahun	6	19.98 %

5.2 Interpretasi Data Pada Bagian Document dan Customer

Service

Pada pengukuran dari beberapa atribut pada Bagian Document dan Customer Service tersebut dimana atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dan dituntut adanya perbaikan, jika sudah baik maka pelanggan mengharapkan perbaikan lebih terhadap atribut yang sudah dianggap puas oleh pelanggan. Dari perhitungan yang didapat dalam kepuasan pelanggan pada Bagian Document dan Customer Service yaitu hasil akhir berupa matriks kepuasan dan kepentingan yang menentukan titik-titik dimana kepuasan dan ketidakpuasan terdapat pada titik yang berbeda pada kuadran A, B, C, D.

1. Kuadran A

Menunjukkan faktor-faktor/atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. JAS Cargo Area pada Bagian Document dan Customer Service berada dalam Prioritas utama sehingga penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan karena atribut-atribut inilah yang dinilai penting oleh pelanggan, sedangkan tingkat kinerja/pelaksanaannya kurang memuaskan. Faktor-faktor yang dimaksud dalam kuadran ini adalah :

2. Kemudahan dalam menghubungi/mengkonfirmasi Bagian Document dan Customer Service bila anda membutuhkan bantuan. (3.67, 4.47)

9. Kelengkapan fasilitas yang digunakan Bagian Document dan Customer Service dalam melayani pelanggan. (3.83, 4.43)

2. Kuadran B

Menunjukkan faktor-faktor/atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. JAS Cargo Area pada Bagian Document dan Customer Service perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan pelanggan. Faktor-faktor yang dimaksud dalam kudran ini adalah :

5. Kepercayaan terhadap Bagian Document dan Customer Service dalam memberikan informasi yang anda butuhkan. (3.87, 4.37)
8. Perhatian secara individu yang diberikan kepada pelanggan (4.1, 4.23)
10. Kebersihan dan kenyamanan ruangan (3.9, 4.33)

3. Kuadran C

Menunjukkan faktor-faktor/atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. JAS Cargo Area pada Bagian Document dan Customer Service dinilai masih dianggap kurang penting bagi pelanggan, sedangkan tingkat kinerjanya kurang memuaskan. Faktor-faktor yang dimaksud dalam kuadran ini adalah :

3. Kecepatan Bagian Document dan Customer Service dalam proses penanganan pemecahan masalah anda. (3.7, 4.2)
4. Respon yang diberikan Bagian Document dan Customer Service ketika menerima keluhan anda. (3.67, 3.93)

6. Kejelasan suara Bagian Document dan customer Service dalam memberikan petunjuk/informasi sewaktu anda menelpon. (3.77, 4.1)

4. Kuadran D

Menunjukkan faktor-faktor/atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. JAS Cargo Area pada Bagian Document dan Customer Service dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali. Faktor-faktor yang dimaksud dalam kudran ini adalah :

1. Kemampuan Bagian Document dan Customer Service dalam memecahkan masalah anda. (3.9, 4.06)
7. Kesabaran Bagian Document dan Customer Service dalam memberikan bantuan dan arahan kepada pelanggan. (3.9, 4.2)
11. Kerapihan penampilan bagian Document dan Customer Service. (3.93, 4.16)

5.3 Analisis Kolerasi

Koefisien kolerasi ialah suatu nilai untuk mengukur kuatnya hubungan antara tingkat kepuasan (X) dan tingkat kepentingan (Y). Besarnya nilai koef.kolerasi r antara -1 sampai dengan 1 ($-1 \leq r \leq 1$), kalau nilai r :

0,00 – 0,19 = Tidak ada (+) atau (-)

0,20 – 0,39 = Lemah (+) atau (-)

0,40 – 0,59 = Cukup/sedang (+) atau (-)

0,60 – 0,79 = Kuat (+) atau (-)

0,80 – 0,99 = Sangat Kuat (+) atau (-)

1 = Sempurna (+) atau (-)

Penguat hubungan antara kepuasan pelanggan dan kepentingan perusahaan dapat dilihat dalam perhitungan berikut :

1. KEANDALAN

Tabel 5.2

Perhitungan Variabel X dan Y Keandalan

	X	Y	X.Y	X ²	Y ²
	117	122	14274	13689	14884
	110	134	14740	12100	17956
Σ	227	256	29014	25789	32840

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$
$$= \frac{2 \cdot 29014 - 227 \cdot 256}{\sqrt{[2 \cdot 25789 - 51529][2 \cdot 32840 - 65536]}}$$
$$= \frac{58028 - 58112}{\sqrt{[49][144]}} = \frac{-84}{84} = -1 \quad (\text{Keandalan})$$

Hasil dari perhitungan pada faktor **Keandalan** didapat kolerasinya adalah **r = -1**.

Sehingga hubungan antara tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan yaitu sangat kuat tetapi negatif. Hubungan ini berlaku untuk sampel 30 responden.

2. **DAYA TANGGAP**

Tabel 5.3

Perhitungan Variabel X dan Y Daya Tanggap

	X	Y	X.Y	X²	Y²
	111	126	13986	12321	15876
	110	118	12980	12100	13924
Σ	221	244	26966	24421	29800

$$\begin{aligned}
 r &= \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \\
 &= \frac{2 \cdot 26966 - 221 \cdot 244}{\sqrt{[2 \cdot 24421 - 48841][2 \cdot 29800 - 59536]}} \\
 &= \frac{53932 - 53924}{\sqrt{[1][64]}} = \frac{8}{8} = 1 \quad (\text{Daya Tanggap})
 \end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan pada faktor **Daya Tanggap** didapat kolerasinya adalah **r = 1**. Sehingga hubungan antara tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan yaitu sangat kuat dan positif. Hubungan ini berlaku untuk sampel 30 responden.

3. Keyakinan / Jaminan

Tabel 5.4

Perhitungan Variabel X dan Y Keyakinan / Jaminan

	X	Y	X.Y	X ²	Y ²
	116	131	15196	13456	17161
	113	123	13899	12769	15129
Σ	229	254	29095	26225	32290

$$\begin{aligned}
 r &= \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \\
 &= \frac{2 \cdot 29095 - 229 \cdot 254}{\sqrt{[2 \cdot 26225 - 52441][2 \cdot 32290 - 64516]}} \\
 &= \frac{58190 - 58166}{\sqrt{[9][24]}} = \frac{24}{24} = 1 \quad (\text{Keyakinan})
 \end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan pada faktor **Keyakinan/Jaminan** didapat kolerasinya adalah $r = 1$. Sehingga hubungan antara tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan yaitu sangat kuat dan positif. Hubungan ini berlaku untuk sampel 30 responden.

4. Empati

Tabel 5.5

Perhitungan Variabel X dan Y Empati

	X	Y	X.Y	X²	Y²
	117	126	14742	13689	15876
	123	127	15621	15129	16129
Σ	240	253	30363	28818	32005

$$\begin{aligned}
 r &= \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \\
 &= \frac{2.30363 - 240.253}{\sqrt{[2.28818 - 57600][2.32005 - 64009]}} \\
 &= \frac{60726 - 60720}{\sqrt{[36][1]}} = \frac{6}{6} = 1 \quad (\text{Empati})
 \end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan pada faktor **Empati** didapat kolerasinya adalah $r = 1$. Sehingga hubungan antara tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan yaitu sangat kuat dan positif. Hubungan ini berlaku untuk sampel 30 responden.

5. Bukti Fisik

Tabel 5.6

Perhitungan Variabel X dan Y Bukti Fisik

	X	Y	X.Y	X²	Y²
	115	133	15295	13225	17689
	117	130	15210	13689	16900
	118	125	14750	13924	15625
Σ	350	388	45255	40838	50214

$$\begin{aligned}
 r &= \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \\
 &= \frac{3.45255 - 350.388}{\sqrt{[3.40838 - 122500][3.50214 - 150544]}} \\
 &= \frac{135765 - 135800}{\sqrt{[14][98]}} \\
 &= \frac{-35}{37,40} = -0,94 \quad (\text{Bukti Fisik})
 \end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan pada faktor Bukti Fisik didapat kolerasinya adalah $r = - 0,94$. Sehingga hubungan antara tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan yaitu sangat kuat dan Negatif. Hubungan ini berlaku untuk sampel 30 responden.

5.4 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah besarnya kontribusi dari X terhadap naik turunnya nilai Y. koefisien ini tidak menunjukkan arah hubungan antara Variabel X dan Y. koefisien determinasi ditulis KD, maka untuk menghitung KD digunakan rumus :

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100 \%}$$

Perhitungan :

1. Pada Keandalan

$$\begin{aligned}\mathbf{KD} &= \mathbf{r^2 \times 100 \%} \\ &= (-1)^2 \times 100 \% \\ &= 100 \%\end{aligned}$$

Koefisien determinasi diartikan X sebagai tingkat kepuasan pelanggan dan Y sebagai tingkat kepentingan. Ini berarti, bahwa hubungan tingkat kepuasan terhadap tingkat kepentingan pada faktor **Keandalan** sebesar **100 %**. Sehingga menyebabkan rasa puas.

2. Pada Daya Tanggap

$$\begin{aligned}\mathbf{KD} &= \mathbf{r^2 \times 100 \%} \\ &= (1)^2 \times 100 \% \\ &= 100 \%\end{aligned}$$

Koefisien determinasi diartikan X sebagai tingkat kepuasan pelanggan dan Y sebagai tingkat kepentingan. Ini berarti, bahwa hubungan tingkat

kepuasan terhadap tingkat kepentingan pada faktor **Daya Tanggap** sebesar **100 %**. Sehingga menyebabkan rasa puas.

3. Keyakinan / Jaminan

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r^2 \times 100 \% \\ &= (1)^2 \times 100 \% \\ &= 100 \% \end{aligned}$$

Koefisien determinasi diartikan X sebagai tingkat kepuasan pelanggan dan Y sebagai tingkat kepentingan. Ini berarti, bahwa hubungan tingkat kepuasan terhadap tingkat kepentingan pada faktor **Keyakinan / Jaminan** sebesar **100 %**. Sehingga menyebabkan rasa puas.

4. Empati

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r^2 \times 100 \% \\ &= (1)^2 \times 100 \% \\ &= 100 \% \end{aligned}$$

Koefisien determinasi diartikan X sebagai tingkat kepuasan pelanggan dan Y sebagai tingkat kepentingan. Ini berarti, bahwa hubungan tingkat kepuasan terhadap tingkat kepentingan pada faktor **Empati** sebesar **100 %**. Sehingga menyebabkan rasa puas.

5. Bukti Fisik

$$\begin{aligned}\mathbf{KD} &= r^2 \times 100 \% \\ &= (-0,94)^2 \times 100 \% \\ &= 88,36 \%\end{aligned}$$

Koefisien determinasi diartikan X sebagai tingkat kepuasan pelanggan dan Y sebagai tingkat kepentingan. Ini berarti, bahwa hubungan tingkat kepuasan terhadap tingkat kepentingan pada faktor **Bukti Fisik** sebesar **88,36 %** sisanya **11,64 %** dipengaruhi oleh faktor lain, misalnya pelaksanaan kelengkapan fasilitas, kebersihan dan kenyamanan ruangan, kerapihan penampilan karyawan. Sehingga menyebabkan rasa puas.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uraian pada pengolahan dan analisis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- ❖ Faktor-faktor yang menjadi prioritas utama terdapat dalam kuadran A adalah :
 - Kemudahan dalam menghubungi atau mengkonfirmasi Bagian Document dan Customer Service bila anda membutuhkan bantuan (3.67, 4.47).
 - Kelengkapan Fasilitas yang digunakan Bagian Document dan Customer Service dalam melayani pelanggan (3.83, 4.43)
- ❖ Faktor-faktor yang perlu dipertahankan pelaksanaannya karena sudah sesuai dengan harapan pelanggan terdapat dalam kuadran B adalah :
 - Kepercayaan terhadap Bagian Document dan Customer Service dalam memberikan informasi yang anda butuhkan. (3.87, 4.37)
 - Perhatian secara individu yang diberikan kepada pelanggan (4.1, 4.23)

- Kebersihan dan kenyamanan ruangan (3.9, 4.33)
- ❖ Faktor-faktor yang dianggap kurang penting bagi pengguna jasa pada pelaksanaannya pun kurang baik terdapat di kuadran C adalah :
 - Kecepatan Bagian Document dan Customer Service dalam proses penanganan pemecahan masalah anda. (3.7, 4.2)
 - Respon yang diberikan Bagian Document dan Customer Service ketika menerima keluhan anda. (3.67, 3.93)
 - Kejelasan suara Bagian Document dan customer Service dalam memberikan petunjuk/informasi sewaktu anda menelpon (3.77, 4.1)
- ❖ Faktor-faktor yang dianggap kurang penting bagi pengguna jasa tapi pada pelaksanaannya berlebihan terdapat pada kuadran D adalah :
 - Kemampuan Bagian Document dan Customer Service dalam memecahkan masalah anda. (3.9, 4.06)
 - Kesabaran Bagian Document dan Customer Service dalam memberikan bantuan dan arahan kepada pelanggan. (3.9, 4.2)
 - Kerapihan penampilan bagian Document dan Customer Service. (3.93, 4.16)
- ❖ Dari analisis kolerasi, masing-masing dari dimensi kualitas jasa mempunyai hasil sebagai berikut :
 - Dari segi **Keandalan**, hubungan antara tingkat kepuasan dan kepentingan adalah – **1 yaitu sangat kuat negatif**
 - Dari segi **Daya Tanggap**, hubungan antara tingkat kepuasan dan kepentingan adalah **1 yaitu sangat kuat positif**

- Dari segi **Keyakinan/Jaminan**, hubungan antara tingkat kepuasan dan kepentingan adalah **1 yaitu sangat kuat positif**
 - Dari segi **Empati**, hubungan antara tingkat kepuasan dan kepentingan adalah **1 yaitu sangat kuat positif**
 - Dari segi **Bukti Fisik**, hubungan antara tingkat kepuasan dan kepentingan adalah **- 0,94 yaitu sangat kuat negatif**
- ❖ Dari perhitungan determinasi, masing-masing dari dimensi kualitas jasa mempunyai hasil sebagai berikut :
- Dari segi **Keandalan**, nilai persentasi antara tingkat kepuasan dan kepentingan sebesar **100 %**
 - Dari segi **Daya Tanggap**, nilai persentasi antara tingkat kepuasan dan kepentingan sebesar **100 %**
 - Dari segi **Keyakinan/Jaminan**, nilai persentasi antara tingkat kepuasan dan kepentingan sebesar **100 %**
 - Dari segi **Empati**, nilai persentasi antara tingkat kepuasan dan kepentingan sebesar **100 %**
 - Dari segi **Bukti Fisik**, nilai persentasi antara tingkat kepuasan dan kepentingan sebesar **88,36 %**, sisanya **11,64 %** dipengaruhi oleh faktor lain.

6.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan kepada perusahaan yang kiranya dapat bermanfaat, yaitu :

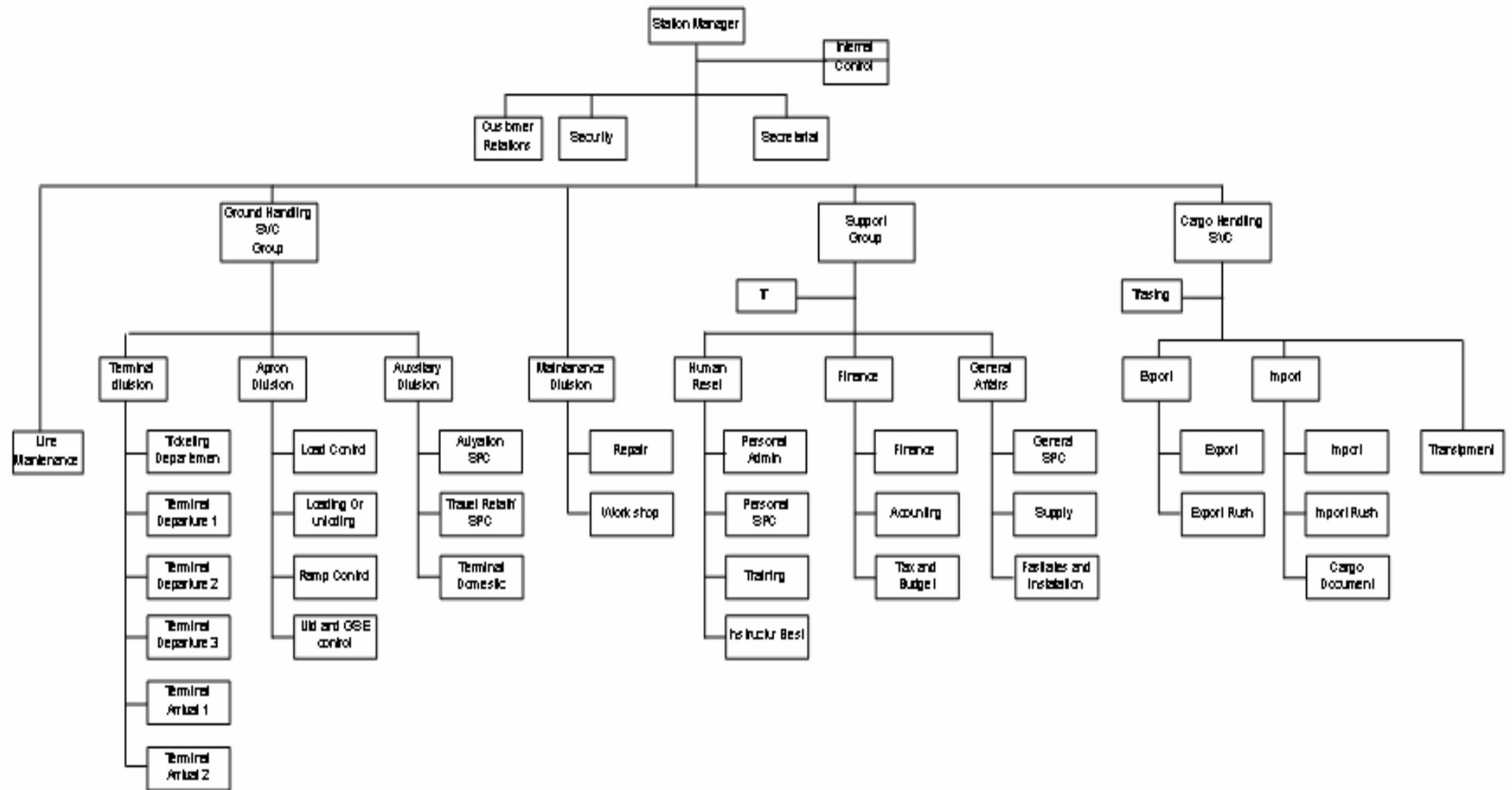
- ❖ Lebih memperhatikan kecepatan proses penanganan pemecahan masalah pelanggan, respon ketika menerima keluhan pelanggan, kejelasan suara sewaktu memberikan petunjuk/informasi ketika di telepon pelanggan.
- ❖ Agar memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh pelanggan, seperti kemudahan dalam menghubungi/mengkonfirmasi jika pelanggan butuh bantuan, kelengkapan fasilitas yang digunakan dalam melayani pelanggan.
- ❖ Mempertahankan apa yang sudah dianggap baik oleh pelanggan baik dari kualitas maupun kepuasan yang dirasakan pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Tjiptono Fandy, “Manajemen Jasa” penerbit Andi, Yogyakarta 2004.
- Chandra Gregorius, Tjiptono Fandy “Service, Quality & Satisfaction” penerbit Andi, Yogyakarta 2005.
- Supranto J Prof. MA, “Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar”, PT. RINEKA CIPTA, Jakarta 2006
- Dajan Anto, Pengantar Metode Statistkik “JILID 1 LP3ES, Jakarta 1975.
- Narbuko Cholid, Drs, ”Metodelogi Penelitian” Bumi Aksara, Jakarta 2005.
- Supranto J Prof, MA, ”Statistik Teori dan Aplikasi” Edisi Kelima Jilid 2, Penerbit Erlangga, Jakarta 1988.
- Supranto J Prof, MA, ”Metode Peramalan Kuantitatif Untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis”, PT. RINEKA CIPTA, Jakarta 1993.

LAMPIRAN

STRUKTUR ORGANISASI PT. JASA ANGKASA SEMESTA (JAS)





Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Mercu Buana

Kuisisioner ini sebagai media pengumpulan data pada penelitian yang berjudul “**Kepuasan Pelanggan Terhadap Jasa Pelayanan PT. JAS (Jasa Angkasa Semesta) Cargo Area Bandara International Soekarno-Hatta**”. Peneliti hanya membahas pada Bagian Document dan Customer Service (CS)

- Ket : SB : SANGAT BAIK / SANGAT PUAS**
B : BAIK / PUAS
CB : CUKUP BAIK / CUKUP PUAS
TB : TIDAK BAIK / TIDAK PUAS
STB : SANGAT TIDAK BAIK / SANGAT TIDAK PUAS
- SP : SANGAT PENTING**
P : PENTING
CP : CUKUP PENTING
TP : TIDAK PENTING
STP : SANGAT TIDAK PENTING

Berilah tanda (X) pada kotak yang sudah tersedia yang menurut anda cocok!

Identitas Responden

- Jenis Kelamin** : **Pria** **Wanita**
- Usia** : **18-22 thn** **23-27 thn** **28-32 thn**
 33-37 thn **> 38 thn**

Berilah tanda (X) pada jawaban yang menurut anda cocok dan isilah jawaban pada tingkat kepuasan dan kepentingan !

Apakah anda merasa puas dan merasa penting dalam hal-hal berikut ini :

1. Bagaimana kemampuan Bagian Document dan Customer Service dalam memecahkan masalah anda ?

TINGKAT KEPUASAN				
SB	B	CB	TB	STB

TINGKAT KEPENTINGAN				
SP	P	CP	TP	STP

2. Bagaimana kemudahan dalam menghubungi atau mengkonfirmasi Bagian Document dan Customer Service bila anda membutuhkan bantuan ?

TINGKAT KEPUASAN				
SB	B	CB	TB	STB

TINGKAT KEPENTINGAN				
SP	P	CP	TP	STP

3. Bagaimana kecepatan Bagian Document dan Customer Service dalam proses penanganan pemecahan masalah anda ?

TINGKAT KEPUASAN				
SB	B	CB	TB	STB

TINGKAT KEPENTINGAN				
SP	P	CP	TP	STP

4. Bagaimana respon yang diberikan Bagian Document dan Customer Service ketika menerima keluhan anda ?

TINGKAT KEPUASAN				
SB	B	CB	TB	STB

TINGKAT KEPENTINGAN				
SP	P	CP	TP	STP

5. Bagaimana kepercayaan terhadap Bagian Document dan Customer Service dalam memberikan informasi yang anda butuhkan ?

TINGKAT KEPUASAN				
SB	B	CB	TB	STB

TINGKAT KEPENTINGAN				
SP	P	CP	TP	STP

6. Bagaimana kesabaran Bagian Document dan Customer Service dalam memberikan bantuan dan arahan kepada pelanggan ?

TINGKAT KEPUASAN				
SB	B	CB	TB	STB

TINGKAT KEPENTINGAN				
SP	P	CP	TP	STP

7. Bagaimana kelancaran berkomunikasi Bagian Document dan Customer Service dengan pelanggan ?

TINGKAT KEPUASAN				
SB	B	CB	TB	STB

TINGKAT KEPENTINGAN				
SP	P	CP	TP	STP

8. Bagaimana kelengkapan fasilitas yang digunakan Bagian Document dan Customer Service dalam melayani pelanggan ?

TINGKAT KEPUASAN				
SB	B	CB	TB	STB

TINGKAT KEPENTINGAN				
SP	P	CP	TP	STP

9. Bagaimana kenyamanan dan kebersihan ruangan ?

TINGKAT KEPUASAN				
SB	B	CB	TB	STB

TINGKAT KEPENTINGAN				
SP	P	CP	TP	STP

10. Bagaimana kerapihan penampilan Bagian Document dan Customer Service ?

TINGKAT KEPUASAN				
SB	B	CB	TB	STB

TINGKAT KEPENTINGAN				
SP	P	CP	TP	STP

----- **TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASINYA** -----

NILAI KECUKUPAN DATA

n	ATRIBUT											JENIS KELAMIN	UMUR	KEPUASAN	KEPENTINGAN
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11				
1	3 & 5	4 & 5	4 & 5	4 & 5	3 & 5	3 & 5	4 & 5	5 & 5	5 & 5	5 & 5	4 & 4	PRIA	23-27	44	54
2	5 & 4	5 & 5	5 & 5	5 & 4	4 & 4	5 & 5	4 & 4	5 & 5	5 & 4	5 & 4	4 & 5	PRIA	28-32	52	49
3	3 & 3	4 & 3	3 & 3	3 & 3	3 & 3	3 & 3	3 & 4	3 & 5	3 & 3	3 & 3	4 & 3	PRIA	>38	35	36
4	3 & 3	4 & 4	4 & 4	4 & 3	4 & 4	5 & 5	4 & 4	3 & 3	4 & 4	4 & 4	4 & 4	PRIA	33-37	47	42
5	2 & 4	2 & 4	1 & 4	2 & 4	2 & 4	2 & 4	2 & 4	2 & 4	2 & 4	2 & 4	2 & 3	PRIA	33-37	21	43
6	4 & 5	4 & 5	4 & 5	4 & 5	3 & 5	3 & 5	4 & 5	4 & 5	4 & 5	4 & 5	4 & 4	PRIA	23-27	42	54
7	4 & 4	4 & 5	4 & 4	4 & 4	4 & 4	4 & 4	4 & 4	5 & 4	4 & 4	4 & 4	5 & 4	PRIA	28-32	46	45
8	4 & 4	3 & 4	4 & 5	4 & 5	5 & 4	4 & 4	4 & 5	5 & 5	5 & 4	4 & 4	5 & 5	PRIA	28-32	47	49
9	4 & 4	5 & 4	4 & 3	5 & 3	3 & 3	3 & 3	3 & 4	4 & 3	5 & 4	4 & 5	5 & 5	PRIA	33-37	45	41
10	5 & 4	4 & 3	4 & 4	4 & 3	4 & 5	3 & 3	4 & 4	5 & 4	5 & 4	4 & 4	4 & 4	PRIA	33-37	50	42
11	5 & 4	4 & 4	5 & 4	3 & 3	3 & 5	4 & 4	5 & 5	4 & 4	5 & 4	5 & 4	4 & 5	PRIA	23-27	47	46
12	5 & 5	4 & 5	5 & 4	4 & 3	3 & 4	5 & 4	5 & 4	5 & 4	4 & 5	5 & 5	3 & 5	PRIA	28-32	48	48
13	3 & 4	3 & 4	3 & 4	3 & 4	4 & 5	3 & 4	4 & 4	4 & 4	3 & 4	4 & 4	4 & 4	PRIA	>38	38	45
14	3 & 3	3 & 3	3 & 3	3 & 3	3 & 3	3 & 3	3 & 3	3 & 4	3 & 3	3 & 3	3 & 3	PRIA	>38	33	34
15	5 & 4	4 & 4	4 & 5	3 & 5	4 & 4	5 & 5	5 & 4	5 & 5	5 & 5	5 & 5	5 & 4	PRIA	33-37	50	50
16	3 & 5	3 & 5	2 & 5	3 & 5	2 & 5	2 & 5	2 & 5	2 & 5	2 & 5	2 & 5	3 & 4	PRIA	33-37	26	54
17	3 & 4	3 & 5	4 & 4	3 & 3	4 & 5	4 & 3	2 & 5	4 & 5	3 & 3	3 & 3	4 & 4	PRIA	28-32	36	44
18	4 & 5	5 & 5	5 & 5	5 & 4	5 & 5	4 & 4	5 & 4	5 & 5	5 & 5	5 & 5	5 & 5	PRIA	23-27	53	52
19	5 & 5	4 & 5	4 & 5	2 & 4	5 & 5	4 & 5	5 & 5	5 & 5	3 & 3	4 & 4	4 & 4	PRIA	28-32	45	50
20	4 & 3	3 & 4	3 & 4	4 & 4	5 & 5	5 & 4	4 & 4	4 & 4	4 & 3	4 & 3	4 & 4	PRIA	23-27	44	42
21	4 & 4	3 & 4	3 & 5	4 & 4	4 & 5	3 & 4	3 & 4	3 & 3	3 & 4	4 & 3	3 & 3	PRIA	33-37	37	44
22	4 & 4	4 & 4	4 & 3	5 & 5	4 & 5	5 & 3	3 & 4	5 & 4	4 & 3	5 & 4	5 & 4	PRIA	18-22	48	43
23	4 & 4	3 & 4	4 & 5	3 & 4	4 & 4	5 & 5	5 & 4	4 & 4	3 & 3	3 & 3	5 & 5	PRIA	>38	43	45
24	3 & 3	4 & 4	3 & 4	4 & 3	4 & 4	3 & 4	4 & 4	3 & 4	3 & 3	3 & 3	4 & 5	PRIA	>38	38	41
25	5 & 4	4 & 4	4 & 3	4 & 3	5 & 5	4 & 4	5 & 3	4 & 4	4 & 3	4 & 3	4 & 4	PRIA	23-27	47	44
26	3 & 4	3 & 4	3 & 4	3 & 5	4 & 4	3 & 4	5 & 4	4 & 4	4 & 3	5 & 3	3 & 5	PRIA	33-37	40	44
27	4 & 4	3 & 3	4 & 4	3 & 3	4 & 4	3 & 4	3 & 4	5 & 4	3 & 4	3 & 4	3 & 4	PRIA	>38	38	42
28	4 & 4	4 & 5	4 & 4	4 & 4	5 & 4	4 & 4	5 & 4	4 & 4	4 & 4	4 & 4	4 & 4	PRIA	23-27	46	45
29	5 & 4	3 & 4	3 & 4	4 & 3	5 & 5	3 & 4	4 & 4	4 & 4	4 & 3	3 & 3	3 & 4	PRIA	28-32	41	42
30	4 & 5	4 & 5	4 & 5	4 & 5	4 & 4	4 & 5	4 & 5	5 & 4	4 & 4	4 & 5	4 & 4	PRIA	33-37	45	51
													Σ	1272	1361

RUMUSNYA :

$$N^1 = \left[\frac{\frac{Z}{s} \sqrt{N \sum X_j^2 - (\sum X_j)^2}}{\sum X_j} \right]^2$$

Dimana : Z = Tingkat keyakinan (%) $\rightarrow Z = 95 \% = 1.96 \sim 2$

s = Tingkat ketelitian (%) $\rightarrow s = 5 \% = 5/100 = 1/20$

$$\sum X_j = \frac{\text{nilai kepuasan}}{\text{nilai kepentingan}}$$

$$\begin{aligned} N^1 &= \left[\frac{40 \sqrt{30 (5846825) - 1733172,25}}{1316,5} \right]^2 \\ &= \left[\frac{40 \sqrt{20875,25}}{1316,5} \right]^2 = 4^2 = 16 \text{ (modul APK I)} \end{aligned}$$

Airline yang ditangani oleh PT. Jasa Angkasa Semesta Cargo Area

No	Nama Airline	KODE AIRLINE		
		3 kode	2 kode	Kode angka
1	Air Efata		W2	
2	Air India	AIC	AI	098
3	Batavia Air		7P	
4	Deutsche Lufthansa	DLH	LH	020
5	Chatay Pacific Airways	CPA	CX	160
6	Emirates	UAE	EK	176
7	Eva Air	EVA	BR	695
8	Etihad Airways	ETD	EY	607
9	Federal Express	FDX	FX	023
10	Gulf Air	GFA	GF	072
11	Jatayu Airlines	JTY	VJ	
12	Kartika Airlines	KAE	KA	
13	Kuwait Airlines	KAC	KU	229
14	Philliphine Airlines	PAL	PR	079
15	Qantas Airways	QFA	QF	081
16	Qatar Airways	QTR	QR	157
17	Saudi Arabian Airlines	SVA	SV	065
18	Singapore Airlines	SIA	SQ	618
19	Sriwijaya Airlines	SJY	SJ	
20	Tri MG Airlines (Transmail)	TMG	GY	539
21	Value Air	VLU	VF	896
22	Yemen Airways	IYE	IY	635



Session

14/09/2007 12:26:59

Welcome to Minitab, press F1 for help.

Correlations: kepuasan; kepentingan (Keandalan)
 Pearson correlation of kepuasan and kepentingan = -1,000

Correlations: kepuasan; kepentingan (Daya Tanggap)
 Pearson correlation of kepuasan and kepentingan = 1,000

Correlations: kepuasan; kepentingan (Keyakinan / Jaminan)
 Pearson correlation of kepuasan and kepentingan = 1,000

Correlations: kepuasan; kepentingan (Empati)
 Pearson correlation of kepuasan and kepentingan = 1,000

Correlations: kepuasan; kepentingan
 Pearson correlation of kepuasan and kepentingan = -0,945

Scatterplot of kepentingan vs kepuasan

Worksheet 1 ***

	C1	C2	C3	C4	C5	C6
	kepuasan	kepentingan				
1	117	122				
2	110	134				
3	111	126				
4	110	118				
5	116	131				
6	113	123				
7	117	126				
8	123	127				
9	115	133				
10	117	130				
11	118	125				
12						
13						