

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN PADA SABAI RENTAL
MOBIL LAMPUNG**

SKRIPSI



Oleh :

Eko Adi Pratama

1512110445

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG**

2019

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA SABAI RENTAL MOBIL LAMPUNG

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA EKONOMI
Pada Program Studi Manajemen
IBI Darmajaya Bandar Lampung



Oleh :

Eko Adi Pratama

1512110445

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG**

2019



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini, menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi atau karya pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis dibaca dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka. Karya ini adalah milik saya dan pertanggung jawaban sepenuhnya berada dipundak saya.

Bandar Lampung, 16 September 2019



Eko Adi Pratama
NPM. 1512110445

HALAMAN PERSETUJUAN

JUDUL : ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA SABAI RENTAL MOBIL LAMPUNG

NAMA : Eko Adi Pratama

NPM : 1512110445

JURUSAN : Manajemen

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam sidang Tugas Penutup Studi guna memperoleh gelar **SARJANA EKONOMI** pada **JURUSAN MANAJEMEN IIB DARMAJAYA.**



**Disetujui Oleh :
Pembimbing**

Andri Winata SE M.SC.
NIK. 12730212

Ketua Jurusan,

Aswin, S.E., M.M.
NIK. 10190605

HALAMAN PENGESAHAN

Pada September 2019 telah diselenggarakan sidang skripsi dengan judul:

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS

PELAYANAN PADA SABAI RENTAL MOBIL LAMPUNG Untuk

memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar **SARJANA**

EKONOMI bagi mahasiswa :

Nama : EKO ADI PRATAMA

NPM : 1512110445

Jurusan : MANAJEMEN

Dan telah dinyatakan **Lulus** oleh Dewan Penguji yang terdiri dari :

Nama	Status	Tanda Tangan
------	--------	--------------

1. M Ariza Eka Yusendra, SP.S.E., M.M	Penguji 1	
---------------------------------------	-----------	--

2. Niken Paramita Sari, S.E., M.M	Penguji 2	
-----------------------------------	-----------	--

Dekan Fakultas Bisnis Dan Ekonomi

IIB Darmajaya

Dr. Faurani I Santi Singagarda, SE., M.Sc

NIK. 30040419

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Eko Adi Pratama, dilahirkan di Tebing, Lampung Timur pada tanggal 11 Juli 1995. Penulis merupakan anak pertama dari Empat bersaudara yang merupakan buah kasih pernikahan antara Bapak Dasuki dan Ibu Samini.

Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SDN 1 Tebing dan diselesaikan pada tahun 2007. Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN 2 Way Jepara dan diselesaikan pada tahun 2010. Kemudian melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN 1 Melinting dan Lulus pada tahun 2013.

Tahun 2015, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Manajemen pada Jenjang Strata satu di Institute Informatika Dan Bisnis (IIB) Darmajaya. Penulis melakukan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat di Suka Mandi Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran pada tahun 2018.

Bandar Lampung, 16 September 2019

Eko Adi Pratama
NPM:1512110445

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala anugrah dan kasih sayang yang sangat melimpah sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dan kupersembahkan kepada :

Kepada kedua orang tuaku, Ayah dan Ibuku Dasuki Dan Samini yang sangat aku sayangi, terima kasih do'a, kasih sayang, bimbingan, dana, semangat serta kesabaran yang telah diberikan kepadaku dan yang tak pernah bosan mengajarkanku apa arti dari sebuah perjuangan dan hidup ini. Kalian pahlawanku.

Terimakasih kepada kakek dan nenekku Bejo Dan Sulastri untuk setiap doa, curahan kasih sayang, pengajaran hidup, dan selalu memberikan semangat untukku

Terimakasih kepada adikku Dandi Dwi Putra dan ferdy Tri Putra, Vita Olivia Putri yang selalu mewarnai hidupku dengan tawa dan canda kalian

Untuk keluarga besarku, sahabat dan teman – teman yang tidak dapat satu persatu saya sebutkan. Terima kasih atas dukungannya untuk menyelesaikan penelitian ini,

Dan

Para Pendidik dan Almamaterku Tercinta IIB Darmajaya

MOTTO

Apapun yang Kita Lakukan tidaklah sia-sia dalam mencari ilmu karena ilmu akan bermanfaat pada waktunya.

(Eko Adi Pratama)

Hidup ini sangatlah Indah. bahkan lebih indah jika ketika kamu pintar dalam semua ilmu akademik dan agama

(Eko Adi Pratama)

Tiada hidup tanpa masalah, tidak ada masalah yang tak bisa diselesaikan

(Eko Adi Pratama)

ABSTRAK

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA SABAI RENTAL MOBIL LAMPUNG

Oleh:

Eko Adi Pratama

Sabai Rental Lampung Merupakan Usaha Rental Mobil Dilampung Yang Berdiri Tahun 2012 Dan Berlokasi Di Jl,Pulau Belitung No,5 Sukabumi Bandar Lampung. Semakin meningkat setiap tahunnya persaingan dalam dunia bisnis dan terutama pada bidang pelayanan dan jasa. Hal ini diiringi dengan berbagai macam pola gaya hidup konsumen yang menginginkan segala sesuatunya lebih cepat dan mudah.Sabai adalah rental mobil lampung sebuah merek jasa rental mobil di lampung sejak tahun 2012 .hingga sekarang. Permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana Hasil Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pada sabai Rental Mobil Lampung,Tujuan Penelitian ini Untuk Mengetahui Hasil Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Sabai Rental Mobil Lampung. Dengan Populasi Sebesar 10,683 Seluruh Konsumen Sabai Rental Mobil Lampung Dan Metode Penarikan Sempel Yang Digunakan Dalam Penelitian Ini Adalah Metode Nonprobability Dengan Menggunakan Teknik Purposive Sampling. Menggunakan 2 (Dua) alat Analisis Data Yaitu Metode Importance Performance Analysis (IPA) Dan Customer Satisfaction Index (CSI). Dengan Hasil puas sebesar (70.39).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION ON SERVICE QUALITY IN SABAI CAR RENTAL LAMPUNG

**By:
Eko Adi Pratama**

Sabai Car Rental Lampung is a car rental business that was established in 2012 And is located on jl, Pulau Belitung No, 5 Sukabumi Bandar Lampung. Every year competition in the business world and especially in the field of product and services increases. This is accompanied by a variety of lifestyle patterns for consumers who want things faster and easier. Sabai is a Lampung car rental brand, a car rental service brand in Lampung since 2012, until now. The problem in this research was how the results of analysis of consumer satisfaction on service quality in Car Rental Lampung, The objective of this research was to know the results of the analysis of the consumer satisfaction on the service quality in Sabai car rental Lampung. The Population of 10.683 was all customers of Sabai Car Rental Lampung and the sample selection method used in this research was the *nonprobability* method using the *purposive sampling* techniques. This research used 2 (two) data analysis tools, namely the Importance Performance Analysis (IPA) Method and the Customary Satisfaction Index (CSI) with the result of a satisfied category (70.39).

Keywords: Service Quality and Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Jurusan Manajemen IBI Darmajaya Bandar Lampung.

Dalam penyusunan skripsi ini telah banyak pihak yang turut membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Ir. Firmansyah Y.A, MBA., MSc, selaku Rektor IIB DARMAJAYA Bandar Lampung.
2. Bapak Dr. RZ. Abdul Aziz, ST., MT, selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik IIB DARMAJAYA Bandar Lampung.
3. Bapak Ronny Nazar, S.E., M.M, selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum dan Keuangan IIB DARMAJAYA Bandar Lampung.
4. Bapak Muprihan Thaib, S.Sos, Selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Sumber Daya IIB DARMAJAYA Bandar Lampung.
5. Bapak Prof. Dr. Ir. R.A Bustomi Rosadi, M.S, selaku Wakil Rektor IV bidang HKPIO dan ICT IIB DARMAJAYA Bandar Lampung.
6. Ibu Dr. Faurani I Santi Singagerda, S.E., M.Sc, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya Bandar Lampung.
7. Ibu Aswin, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen IIB DARMAJAYA Bandar Lampung.
8. Bapak Andri Winata SE M,SC Selaku Pembimbing Skripsi.
9. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar terutama jurusan Manajemen yang telah membagi ilmu dan pengetahuan mereka yang bermanfaat kepada penyusun dalam pembelajaran.
10. Para Sahabatku (Rizki Pratama, Irpan Harianto, Febri Rahmadani, Adip Prasetya, rangga tirta) yang selalu menemaniku dengan canda dan tawa dari awal kuliah sampai lulus kuliah semoga kita sukses.
11. Teman yang akan terus jadi teman entah sampai kapan (Tria, Ata, Tulus, Rio, Riki, Deni). Walaupun terkadang kita hanya bertemu disaat waktu-

waktu tertentu saja, tetapi kalian tetap dalam do'aku., Semoga sukses untuk kita semua.

12. Siska Saraswati terimakasih atas semua dukungan yang diberikan selama proses penulisan tugas akhir.
13. Seluruh angkatan manajemen 2015 yang selalu mendukung dan selalu bekerja bersama-sama dalam menyelesaikan tugas skripsi serta seluruh pihak yang telah membantu penyusun baik secara langsung maupun tidak langsung.
14. Almamaterku IBI Darmajaya Bandar Lampung

Penulis menyadari bahwa didalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan sehingga masih jauh dari kesempurnaan. Semua ini tidak luput dari keterbatasan penulis, terutama dalam membuat suatu karya tulis. Adanya kekurangan tersebut tidak menutup kemungkinan timbulnya kritik serta saran dari berbagai pihak dan hal ini memang sangat penulis harapkan sehingga akan lebih memberikan pengetahuan kepada penulis yang jauh lebih baik untuk kesempurnaan tulisan dimasa yang akan datang.

Bandar Lampung, 16 September 2019

Penulis,

Eko Adi Pratama

NPM 1512110445

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	4
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	4
1.3.2 Ruang Lingkup Objek.....	4
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat	4
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu	4
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.5.1 Bagi Peneliti	5
1.5.2 Bagi Perusahaan.....	5
1.5.3 Bagi Institusi	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pemasaran jasa	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran jasa	7
2.1.2 Karakteristik Pemasaran Jasa.....	7
2.2 Kepuasan konsumen.....	8
2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	8

2.2.2 Mengukur Kepuasan Kosumen	9
2.2.3 Kepuasan Konsumen Dan Mempertahankan Konsumen.....	10
2.2.4 Indikator Kepuasan Konsumen	10
2.3 Kualitas Pelayanan	11
2.3.1 Pengertian kulitas pelayanan.....	11
2.3.2 Dimensi Kulititas Pelayanan	12
2.4 Penelitian Terdahulu	13
2.5 Kerangka Pikir	15
2.5.1 Kerangka Pikir	15

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	17
3.2 Sumber Data.....	17
3.2.1 Data Primer	17
3.3 Metode Pengumpulan Data	17
3.3.1 Obserfasi	17
3.3.2 Survei	17
3.3.3 Kousioner	17
3.4.Populasi Dan Sampel	19
3.4.1 Populasi.....	19
3.4.2 Sample.....	19
3.5 Variabel penelitian	21
3.6 Devinisi Oprasional Variabel.....	21
3.7 Uji Persyaratan Instrumen.....	22
3.7.1 Uji Faliditas	22
3.7.2 Uji Reabilitas.....	23
3.8 Metode Analisis Data	24
3.8.1 Analisis Inportance Performance Analysis (IPA)	24
3.8.2 Analisis Castemer Staticfaction Index (CSI)	26

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data	31
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	31
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	32
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	35
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	35
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	37
4.3 Hasil Analisis Data.....	38
4.3.1 Metode Importance Performance Analysis (IPA)	38
4.3.2 Metode Castomor Satisfaction Index (CSI)	48
4.4 Pembahasan.....	51

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	55
5.2 Saran.....	58
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	58
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	13
3.1 Penentuan Store Tinggi Harapan	18
3.2 Penentuan Store Tinggi Kinerja	19
3.3 Kereteria Pemilihan Sempel.....	20
3.4 Definisi Oprasional Fariabel	22
3.5 Interprestsi nilai R	24
3.6 Kriteria Nilai Index Kepuasan Pelanggan.....	29
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	32
4.3 Hasil J awaban Resonden Berdasarkan Tingkat Harapan.....	32
4.4 Hasil J awaban Resonden Berdasarkan Tingkat Kinerja	34
4.5 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Berdasarkan Harapan	36
4.6 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Berdasarkan Kinerja.....	36
4.7 Interperensi Nilai R	37
4.8 Hasil Uji Reabilitas	37
4.9 Penilaian Tingkat Kesesuaian Yang Di Lakukan Dengan Harapan Di Konsuemen Sabai Rental Mobil Lampung	38
4.10 Perhitunga Rata-Rata Dari Penilaian Kinerja Dan Penilaian Harapan Sabai Rental Mobil Lampung	38
4.11 Hasil Skor Rata-Rata Harapan (MIS)	38
4.12 Hasil Skor Rata-Rata Kinerja (MSS)	40
4.13 Hasil Nilai Weight Factor	42
4.14 Hasil Nilai Weight Score	43
4.15 Kereteria Nilai Indeks Kepuasan Konsumen	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Diagram Kartesius	25
4.1 Diagram Kartesius.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2** 1. Hasil Jawaban Kuesioner Kinerja
2. Hasil Jawaban Kuesioner Harapan
- Lampiran 3** Hasil Jawaban Karakteristik Responden
- Lampiran 4** Hasil Jawaban Responden
- Lampiran 5** Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6** Hasil Uji Reliabilitas

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin meningkat setiap tahunnya persaingan dalam dunia bisnis dan terutama pada bidang pelayanan dan jasa. Hal ini diiringi dengan berbagai macam pola gaya hidup konsumen yang menginginkan segala sesuatunya lebih cepat dan mudah. Perusahaan haruslah memahami perilaku konsumen dikarenakan kelangsungan sebuah perusahaan di masa yang akan datang akan tergantung pada cara perusahaan untuk memenuhi segala kebutuhan dari konsumennya. Oleh karena itu perusahaan harus menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat memenangkan pangsa pasar.

Rental mobil merupakan usaha yang bergerak pada bidang jasa dan pelayanan. Sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang jasa dan pelayanan harus mengutamakan nilai kepuasan konsumennya. Kepuasan konsumen sangat berpengaruh terhadap kemajuan dari perusahaan. Dikarenakan apabila ada satu saja konsumen yang tidak merasa tidak terpuaskan maka ia dapat mempengaruhi calon konsumen lainnya. Oleh karena itu perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan pelayanan harus mengutamakan pelayanan yang baik seperti keamanan, kenyamanan serta fasilitas-fasilitas yang diberikan kepada konsumen agar dapat membuat konsumen merasa sangat terpuaskan.

Kepuasan konsumen merupakan sebuah perbandingan dari kinerja perusahaan dan harapan konsumen. Jika kinerja yang dilakukan perusahaan berada dibawah harapan konsumen, konsumen akan merasa tidak puas. Jika kinerja dilakukan perusahaan memenuhi harapan konsumen, konsumen akan merasa puas. Jika kinerja yang dilakukan perusahaan melebihi harapan konsumen, konsumen akan merasa sangat terpuaskan. Banyak perusahaan berfokus pada memenuhi harapan konsumen saja, konsumen akan merubah pikiran bila

mendapat tawaran yang lebih baik. Konsumen yang sangat puas akan menciptakan kelekatan emosional terhadap jasa yang digunakan. Menurut Titien Alaqiyah (2018) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, seperti yang dilakukan Sabai Rental Mobil Lampung untuk selalu respon emosional terhadap pengalaman– pengalaman yang menggunakan jasa rental mobil di Sabai Rental Mobil Lampung terutama terhadap kepuasan konsumen.

Sabai Rental Mobil Lampung merupakan usaha rental mobil di Lampung. berdiri pada tahun 2012 dan berlokasi di Jl. Pulau Belitung No.5 Sukabumi, Bandar Lampung melayani sewa rental mobil, antar jemput bandara & hotel acara dinas, paket wisata, acara dan acara lainnya. Dengan jenis layanan harian (Mulai dari per 12 jam hingga 24 jam), antar jemput (untuk jasa yang biasa dikelas pulang pergi), bulanan (pengambilan kontrak sewa mobil harus selama satu bulan) dan jangka panjang (waktu sewa hingga enam bulan sampai 3 tahun ataupun lebih tergantung dari kesepakatan). Mobil yang disediakan Sabai Rental Mobil Lampung adalah Mobil Avanza, Mobil Xenia, Mobil Rush dan Mobil Innova.

Salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh Sabai Rental Mobil Lampung sebagai bisnis yang bergerak di bidang jasa adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen sebaliknya kualitas pelayanan yang buruk akan menurunkan tingkat kepuasan konsumen. Menurut Hardono (2015) Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Ketidaksesuai startegi yang dilakukan Sabai Rental Mobil Lampung menjadi faktor penuruanan penyewaan mobil di Sabai Rental Mobil Lampung. Sangat penting mengetahui tingkat kepuasan konsumen bagi industri yang bergerak dibidang jasa sedangkan di Sabai Rental Mobil Lampung belum memiliki alat untuk mengukur tingkat kepuasan pada konsumen. Sehingga Sabai Rental Mobil Lampung tidak dapat melakukan evaluasi terkait kualitas pelayanan yang seharusnya tingkatan maupun yang seharusnya dipertahankan yang akan diberikan kepada konsumen yang menggunakan jasa rental mobil di di Sabai Rental Mobil Lampung sehingga konsumen akan merasa terpuaskan menggunakan jasa rental mobil di Sabai Rental Mobil Lampung. oleh karena itu peneliti ingin mengukur tingkat kepuasan konsumen Di Sabai Rental Mobil Lampung dengan menggunakan analisis IPA dan CSI yang nantinya akan menjadi bahan pertimbangan Sabai Rental Mobil Lampung untuk menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan pengguna jasa mobil di Di Sabai Rental Mobil Lampung

Melihat permasalahan dan fenomena diatas, pada peneliti ini perlu dianalisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Sabai Rental Mobil Lampung, dengan mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang ada di Sabai Rental Mobil Lampung.

Berdasarkan uraian diatas, penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA SABAI RENTAL MOBIL LAMPUNG”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana mengidentifikasi masalah yang terjadi di Sabai Rental Mobil Lampung ?
2. Bagaimana menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan pengguna Sabai Rental Mobil Lampung ?
3. Bagaimana melakukan pengukuran kepuasan di sabai rental lampung ?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen Sabai Rental Mobil Lampung

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Objek dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, dan kepuasan Konsumen Sabai Rental Mobil Lampung

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang Lingkup Tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bandar Lampung

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Ruang lingkup waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Mei 2019 sampai dengan September 2019

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Ruang lingkup ilmu pengetahuan adalah Manajemen Pemasaran yang meliputi teori kualitas pelayanan, dan kepuasan Konsumen.

1.4 Tujuan Penelitian.

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui masalah yang terjadi di Sabai Rental Mobil Lampung

2. Untuk menentukan startegi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan pengguna Sabai Rental Mobil Lampung
3. Untuk mengukur kepuasan di Sabai Rental Lampung

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Peneliti

Sebagai sarana menambah wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran, terutama mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan Sabai Rental Mobil Lampung.

1.5.2 Bagi Institusi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan kajian yang dijadikan referensi bagi pembaca dan peneliti lain yang melakukan penelitian dengan jenis pembahasan yang sama.

1.5.3 Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk membantu dalam menentukan langkah-langkah strategi pemasaran

1.6 Sistem Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah yang ada dalam perusahaan dan dirumuskan kedalam perumusan masalah. ruang lingkup dari penelitian. tujuan penelitian. manfaat dari penelitian dan sistematika dari penelitian.

Bab II Landasan Teori

Bab ini menguraikan landasan teori dan tinjauan empiris yang relevan dengan permasalahan yang diteliti berdasarkan kerangka pikir dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian. populasi dan sampel. sumber data . variabel penelitian. operasional variable.

teknik analisis data. uji persyaratan instrument. metode analisis data. teknik analisis data. dan pengujian hipotesis.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti dengan berpedoman pada teori dan metode yang dikemukakan pada Bab II dan III.

Bab V Simpulan dan Saran

Bab ini berisikan simpulan dan saran yang berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV.

Daftar Pustaka

Lampiran Lampiran

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran Jasa

2.1.1 Pengertian Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu dihasilkan dan memberikan nilai tambah (misalnya, kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi oleh konsumen Lupiyoadi (2014).

2.1.2 Karakteristik Pemasaran Jasa

Produk jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan barang (produk fisik). Griffin Dalam Mulyawan (2014) menyebutkan karakteristik jasa, sebagai berikut.

1. Intangibility (tidak terwujud). Jasa tidak dapat dilihat, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tak terwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau rasa aman.
2. Unstorability (tidak dapat disimpan). Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga inseparability (tidak dapat dipisahkan) mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.
3. Customization (kustomisasi). Jasa sering kali didesain khusus untuk kebutuhan pelanggan, misalnya, pada jasa asuransi dan kesehatan.

2.2 Kepuasan Konsumen

2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Menurut Eswika Nilasari & Istiatin (2015) Hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Harapan itu dibandingkan dengan persepsinya terhadap kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk tersebut. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau outcome yang dirasakan dengan harapan-harapan terhadap suatu produk. Kepuasan pelanggan merupakan tingkatan suatu kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut.

Menurut Titien Alawiyah (2018) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Panjaitan Dan Yuliati (2016) mengungkapkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan harapannya.

Menurut Atmaja (2017) menyatakan bahwa pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau pelayan jasa. Bahkan, pelanggan yang puas, akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain. Kepuasan pelanggan pada dasarnya adalah fungsi dari harapan dan persepsi terhadap kinerja suatu produk setelah pelanggan mendapatkan atau menggunakan layanan. Setelah mengkonsumsi produk, konsumen akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli ulang produk. Sebaliknya, jika kecewa, konsumen tidak akan membeli produk yang sama lagi dikemudian hari.

Imansyah dan Irawan (2017) Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda.

2.2.2 Mengukur Kepuasan Konsumen

Pengukuran kepuasan pelanggan menurut Yudi Siyamto (2015) mengidentifikasi menjadi empat metode yaitu sebagai berikut:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Dalam sistem ini media digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis, saluran telepon bebas pulsa, *website*, dll. Berdasarkan karakteristiknya, metode ini bersifat pasif, karena perusahaan menunggu inisiatif pelanggan untuk menyampaikan keluhan atau pendapat. Oleh karena itu, sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan mengenai cara ini.

2. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai calon pelanggan atau pembeli produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

3. *Lost Customer Analysis*

Metode ini dilakukan dengan cara menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah pemasok agar dapat

memahami mengapa hal itu terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatiannya terhadap para pelanggannya.

2.2.3 Kepuasan Konsumen Dan Mempertahankan Konsumen

Menurut Sudarti (2013) kepuasan pelanggan dan mempertahankan pelanggan dengan memodelkan hubungan ini secara simetri dan linier maka akan terjadi kesalahan dalam estimasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap mempertahankan pelanggan ketika perubahan dilakukan pada tingkat kepuasan rata – rata. Dua perusahaan mungkin akan memiliki tingkat kepuasan yang sama, tetapi hubungan dengan mempertahankan pelanggan akan berbeda. Untuk lebih memahami pengaruh kepuasan ini terhadap upaya mempertahankan pelanggan, perusahaan harus melihat daya tarik masing – masing alternative dan juga kesulitan – kesulitan yang dihadapi dalam implementasinya.

2.2.4 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Titien Alawiyah (2018) salah satu yang sangat menentukan dalam kepuasan konsumen adalah persepsi dan harapan mereka terhadap suatu layanan, terdapat tiga faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan, yaitu :

1. Kesesuaian harapan, yaitu tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kesediaan pelanggan untuk datang kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
3. Kesediaan merekomendasi, yaitu kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

2.3 Kualitas Pelayanan

2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Hardono (2015) Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Chandra (2015) menyatakan Kualitas adalah sebuah keharusan yang harus dijaga dan ditingkatkan bila sebuah perusahaan ingin tetap eksis dalam persaingan dunia bisnis. Bukan hanya karena konsumen adalah raja namun saat ini konsumen sudah semakin cerdas dalam menentukan pilihan produk/jasa mana yang akan dibeli. Kualitas dapat menjadi tolak ukur bagaimana suatu perusahaan tetap menjadi unggul dalam menyediakan fasilitas pelayanan yang baik bagi para pelangganya secara konsisten

Menurut Arianto (2018) kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.

Menurut Rohman (2017) Pengertian kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan adalah segala kegiatan yang dibutuhkan untuk menerima, memproses, menyampaikan dan memenuhi pesanan pelanggan dan untuk menindaklanjuti setiap kegiatan yang mengandung kekeliruan. Dengan

adanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan, maka akan menciptakan suatu kepuasan bagi para pelanggannya.

2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Trisnowati Dan Nugraha. (2016), dimensi Kualitas Pelayanan yaitu :

1. Bukti langsung (tangibles), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Reliabilitas (reliability), kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Daya tanggap (responsiveness), yaitu keinginan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan sebaik mungkin.
4. Jaminan / keyakinan (assurance), yaitu pengetahuan dan kesopansantunan para pegawai perusahaan serta kemampuan menumbuhkan rasa percaya para konsumennya kepada perusahaan.
5. Empati (empathy), meliputi kemudahan melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

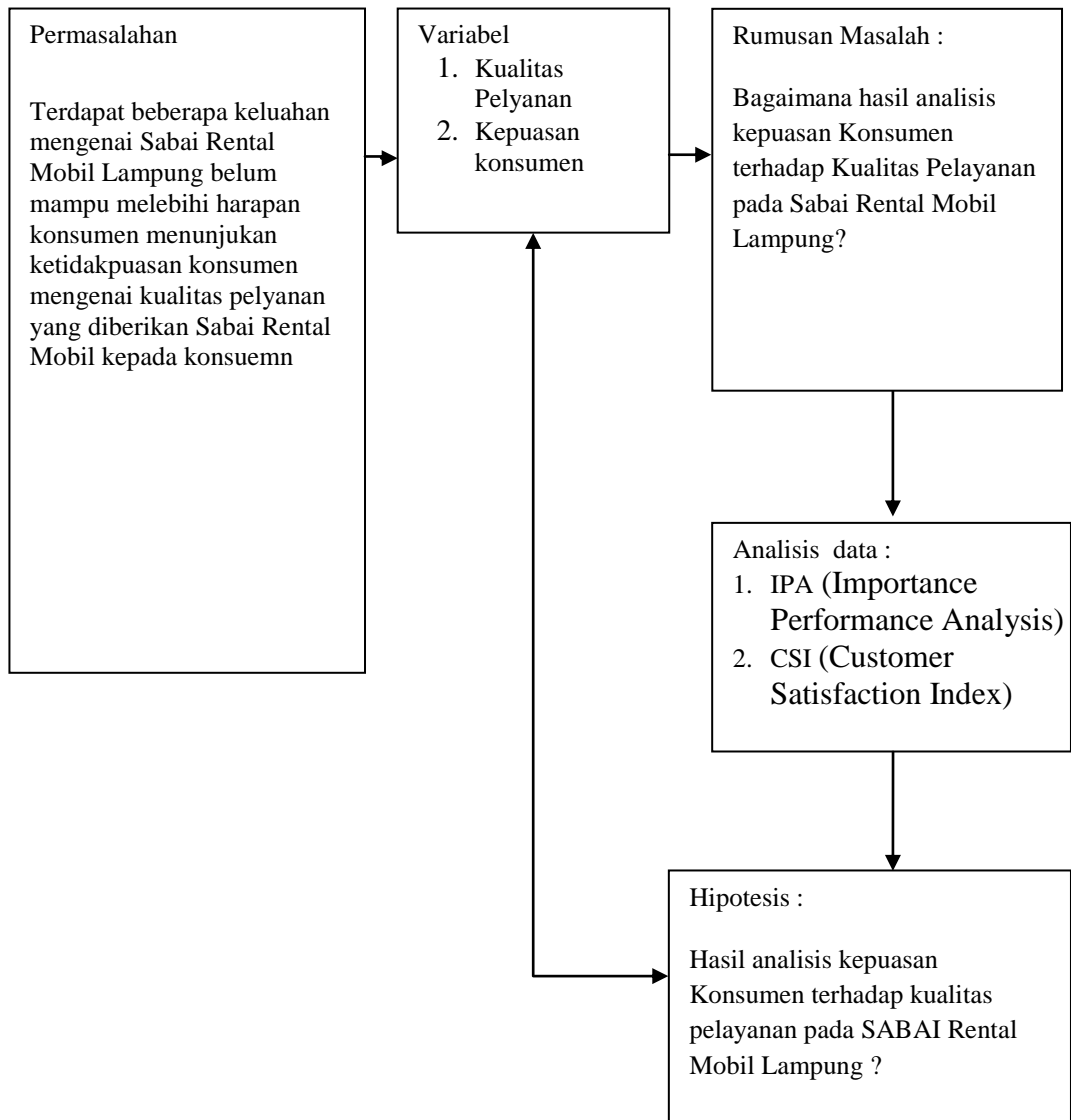
2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode Analisis	Hasil
1.	Risep Khairul Umam Dan Niluh Putu Hariastuti	Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Importance Performance Analysis (IPA)	IPA Dan CSI	Berdasarkan hasil pengukuran tingkat kepuasan, diperoleh nilai untuk seluruh atribut jasa pada OIS Photography masuk ke dalam kategori puas
2.	Muhamad Ariza Eka Yusendra, KurniawanSyah	Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Bengkel Pt. Sumber Trada Motor Bandar Lampung	IPA Dan CSI	Berdasarkan perhitungan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di PT Sumber Trada Motor Bandar Lampung cukup puas terhadap pelayanan yang diberikan
3.	Shanty Kusuma Dewi	Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Metode Customer Satisfaction Index Dan Importance Performance Analysis	IPA Dan CSI	Berdasarkan hasil perhitungan berada dalam kategori Fair cukup.
4.	Lulu Dian Angraini	Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index	IPA Dan CSI	Berdasarkan hasil perhitungan secara keseluruhan konsumen merasa puas terhadap kinerja dari atribut-atribut restoran Ria Djenaka Coffee & Resto
5.	Arfan Usman Sumaga	Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam	IPA Dan CSI	Berdasarkan hasil perhitungan Secara keseluruhan penilaian/persepsi cukup puas atas kinerja penerapan manajemen yang didapatkan oleh pengguna jasa ruko di Gorontalo Bussiness Park

2.5 Kerangka Pikir

2.5.1 Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian adalah proses pengumpulan data dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif, dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagai adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dihubungkan dalam penelitian ini akan melihat kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan pada Sabai Rental Mobil Lampung.

3.2 Sumber Data

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer di dapat melalui responden, pengamatan serta pencatatan langsung tentang keadaan yang ada di lapangan.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Observasi

Observasi yang dilakukan adalah dengan meninjau langsung lokasi penelitian, yaitu di Sabai Rental Mobil Lampung. Observasi ini ini dilakukan dengan mengamati langsung terhadap keadaan lokasi penelitian Sabai Rental Mobil Lampung sehingga mendapat gambaran terkait objek penelitian.

3.3.2 Survei

Metode ini dijalankan dengan cara memberikan pertanyaan yang sederhana tentang produk atau jasa yang hendak diriset. Pada umumnya metode ini sifatnya acak dan biasanya dengan sukarela, sehingga upayakan pertanyaan yang diajukan tidak mengganggu. Dalam penelitian ini responden yang menggunakan jasa di Sabai Renatal Lampung.

3.3.3 Kuesioner

Kuesioner yaitu metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah skala *interval*. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu :

Tabel 3.1

Penentuan Skor Tingkat Harapan

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Mengharapkan (SH)	5
2	Mengharapkan (H)	4
3	Cukup Mengharapkan (CH)	3
4	Kurang Mengharapkan (KH)	2
5	Tidak Mengharapkan (TH)	1

Tabel 3.2

Penentuan Skor Tingkat Kinerja

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Puas (SP)	5
2	Puas (P)	4
3	Cukup Puas (CP)	3
4	Kurang Puas (KP)	2
5	Tidak Puas (TP)	1

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah 10.683 Konsumen SABAI Rental Mobil.

3.4.2 Sampel

Sample adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Pada penelitian ini sample diambil dari populasi yaitu sebagian konsumen Sabai Rental Mobil. Metode penarikan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode nonprobability sampling dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sample berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1

Kriteria Pemilihan Sample

No	Kriteria Pemilihan Sample
1.	Berusia minimal 17 tahun baik untuk laki-laki maupun perempuan, dimana pada usia ini diasumsikan responden telah mampu dan mengerti serta dapat menanggapi masing-masing pertanyaan dalam kuisioner penelitian dengan baik
2.	konsumen yang telah melakukan sewa mobil di Konsumen SABAI Rental Mobil Lampung.

Sumber : Data Diolah, 2019

Sample dalam penelitian ini adalah konsumen Sabai Rental Mobil Lampung yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Penelitian menggunakan rumus penentuan ukuran sampel. Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Pada penelitian ini populasi yang diambil

menggunakan rumusan penentuan yang dinyatakan oleh slovin dengan batasan kesalahan 10% rumus perhitungan ukuran sample adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen ketidak telitian yang masih dapat ditolelir sebesar 1-15%,

Berdasarkan rumus diatas, maka besarnya sampel yang harus diambil dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} &= \frac{10.683}{1 + (10.683) \cdot (0,10)^2} \\ &= \frac{10.683}{1 + 10.683 \cdot (0,1)^2} \\ &= \frac{10.683}{1 + 106,83} \\ &= \frac{10.683}{107,83} = \text{menjadi 100 orang responden.} \end{aligned}$$

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen pada Sabai Rental Mobil Lampung.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian / objek yang diteliti. Secara operasional

masing-masing variabel dapat di ukur melalui indikator-indikator sebagai berikut :

Tabel 3.5
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan	Menurut Hardono (2015) Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.	Pelayanan yang diberikan oleh petugas kepada konsumen	1. <i>Tangible</i> 2. <i>Reliabilitas</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Empathy</i> 5. <i>Assurance</i> Sumber : Trisnowati Dan Nugraha. (2016)	<i>Interval</i>
Kepuasan pelanggan	Atmaja (2017) menyatakan bahwa pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau pelayan jasa. Bahkan, pelanggan yang puas, akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain.	Kepuasan Pelanggan yang Diberikan kepada Konsumen Pada SABAI Rental Mobil Lampung.	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasi Sumber : Titien Alawiyah (2018)	<i>Interval</i>

Sumber : Data Diolah, 2019

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah alat ukur yang digunakan dalam pengukuran yang dapat digunakan untuk melihat tidak adanya perbedaan antara data yang didapat oleh peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Sesuatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah dan untuk mengukur tingkat validitas dalam penelitian ini digunakan rumus korelasi product moment melalui program SPSS. Pada pengujian validitas ini menggunakan sample

sebanyak 30 yang dianggap dapat menjadi acuan apakah data tersebut valid atau tidak.

Prosedur Pengujian :

1. Bila probabilitas (sig) < Alpha maka instrumen valid
2. Bila probabilitas (sig) > Alpha maka instrumen tidak valid
3. Kesimpulan

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. Fungsi dari uji Reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama. Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode Alpha Cronbach.

Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	SangatTinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	SangatRendah

Sumber : Sugiyono, 2012

3.8 Analisa Data

3.8.2 Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)

Analisis IPA dipergunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan terhadap kualitas layanan (*Importance*) dengan tingkat kinerja kualitas layanan (*Performance*).

Rumus *Importance Performance Analysis* Tingkat Kesesuaian:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan :

Tki = Tingkat Kesesuaian

Xi = Skor Penilaian Kinerja

Yi = Skor Penilaian Kepentingan

Tahap kedua adalah menghitung rata – rata untuk setiap atribut yang diperoleh konsumen :

$$XI = \frac{\sum Xi}{n} \quad YI = \frac{\sum Yi}{n} \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan :

XI = Skor rata – rata tingkat kinerja produk.

YI = Skor rata – rata tingkat kepentingan terhadap produk.

n = jumlah responden.

Selanjutnya menghitung rata – rata Analisis *Importance Performance seluruh* atribut tingkat kepentingan (Y) dan Kinerja (X) yang menjadi batas dalam diagram kartesius:

$$X = \frac{\sum Xi}{K} \quad Y = \frac{\sum Yi}{K} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan :

XI = Skor rata – rata tingkat kinerja seluruh atribut.

YI = Skor rata – rata tingkat kepentingan terhadap seluruh atribut.

K = Banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan

Tahap terakhir adalah penjabaran tiap atribut dalam diagram kartesius seperti terlihat pada gambar :

Kepentingan	
Prioritas utama	Pertahanan Prestasi
A	B
C	D
Prioritas Rendah	Berlebihan

Gambar : 3.1 Diagram Kartesius

pembagian pada diagram kartesius analisis *Importance Performance* adalah sebagai berikut.:

1. Kuadran A menunjukkan variabel yang dianggap mempengaruhi kepuasan mahasiswa dan dianggap sangat penting tetapi perusahaan belum dapat melaksanakan sesuai keinginan mahasiswa.
2. Kuadran B menunjukkan variabel yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting untuk memuaskan mahasiswa.
3. Kuadran C menunjukkan variabel yang dianggap kurang penting dan kurang memuaskan mahasiswa.
4. Kuadran D menunjukkan variabel yang memuaskan. Tetapi pelaksanaan terlalu berlebihan kurang penting oleh mahasiswa.

Maka, disimpulkan bahwa *Importance Performance Analysis* merupakan cara untuk menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja

dari suatu pelayanan dilihat pada empat kuadran yaitu kuadran a yang merupakan prioritas utama, kuadran b dimana satu layanan dipertahankan, kuadran c merupakan prioritas rendah, dan kuadran d dimana pelanggan merasa berlebihan pada atribut ini.

3.8.3 Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap hasil kinerja pelayanan dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut jasa tersebut. CSI banyak digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan.

Analisis data *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan analisis kuantitatif berupa persentase pelanggan yang senang dalam suatu survei kepuasan pelanggan. CSI diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut – atribut produk atau jasa. Cara perhitungan untuk mendapatkan nilai CSI adalah sebagai berikut: .Nilai rata-rata pada kolom kepentingan (I) dijumlahkan sehingga diperoleh Y dan juga hasil kali I dengan P pada kolom skor (S) dijumlahkan dan diperoleh T. CSI diperoleh dari perhitungan $(T/5Y) \times 100\%$. Nilai 5 (pada 5Y) adalah nilai maksimum yang digunakan pada skala pengukuran.

Rumus *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebagai berikut :

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS)

MIS merupakan nilai rata-rata tingkat harapan responden dari tiap variabel atau atribut yang dapat dihitung menggunakan rumus:

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^N y_i}{n}$$

Keterangan :

n : Jumlah responden

Y_i : Harapan atribut ke-i

2. Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

MSS merupakan nilai rata-rata tingkat kinerja yang dirasakan responden tiap variabel atau atribut, yang dapat dihitung menggunakan rumus:

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^N xi}{n}$$

Keterangan:

n : Jumlah Responden

Xi : Nilai kinerja atribut ke-i

3. Menentukan *Wiegth Factor* (WF)

Menentukan *Weight Factor* (WF), skor ini merupakan presentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut dengan menggunakan rumus:

$$(1). \sum_{i=1}^n MIS_i = MIS_1 + MIS_2 + MIS_3 + \dots \dots MIS_{25}$$

$$(2). WF = \frac{MIS}{\sum_i^p MIS_i}$$

Keterangan:

P : Jumlah atribut kepentingan (k=25)

i : Atribut pelayanan ke-i

4. Menentukan *Weight Score* (WS)

Menentukan *Weight Score* (WS), sekor ini merupakan perkalian antara *Wiegth Factor* (WF) dengan rata-rata tingkat kenyataan pelayanan yang dirasakan responden sebagai *Mean Satisfaction Score* (MSS) dengan menggunakan rumus:

$$WS_i = WFi \times MSS_i$$

Keterangan:

i : Atribut pelayanan

5. Menentukan Customer Satisfaction Index (CSI)

Skala kepuasan konsumen yang umum dipakai dalam interpretasi indeks adalah skala nol (0) sampai satu (1) atau nol (0) sampai seratus dengan menggunakan rumus:

$$\sum_{i=1}^n WSi = WS_1 + WS_2 + WS_3 + \dots + WS_{25}$$

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^n WSi}{HS} \times 100\%$$

Nilai CSI dalam penelitian ini dibagi menjadi lima (5) kategori mulai dari tidak puas sampai dengan sangat puas.

$$RS \frac{m-n}{b}$$

Perhitungan rentang skala:

Keterangan:

m : skor tertinggi

n : Skor terendah

b : jumlah kelas

Tabel 3.7

kriteria nilai indeks kepuasan pelanggan

No	Nilai Indeks	Keterangan
1	>84%	Sangat Puas
2	68% - 83%	Puas
3	52% - 67%	Cukup Puas
4	36% - 51%	Kurang Puas
5	<35%	Tidak Puas

Sumber : Data Diolah, 2019

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskriptif adalah menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain:

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin Responden

Gambaran umum mengenai responden berdasarkan Jenis Kelamin adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – laki	73	73%
Perempuan	27	27%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa yang paling banyak responden adalah berjenis kelamin Laki - laki yaitu sebanyak 73 orang atau sebesar 73,0%.

2. Usia Responden

Gambaran umum mengenai responden berdasarkan Usia adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Usia	Jumlah	Persentase
17 Tahun – 23 Tahun	15	15%
24 Tahun – 30 Tahun	45	45%
31 Tahun – 37 Tahun	22	22%
> 38 tahun	18	18%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa yang paling banyak responden Diusia 24 Tahun – 30 Tahun yaitu sebanyak 45 orang atau sebesar 45,0%.

4.1.2 Deskripsi Jawaban responden

Hasil jawaban responden mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan SABAI Rental Mobil Lampung.berdasarkan tingkat harapan berdasarkan penyebaran kusioner kepada 100 orang responden dapat dijelaskan pada tabel 4.3 dan Tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.3
Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Harapan

No	Daftar Pernyataan	Jawaban									
		TH (1)		KH (2)		CH (3)		H (4)		SH (5)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Tangibles / Bukti Fisik											
1.	Kondisi mobil di Sabai Rental Lampung dalam keadaan baik	0	0%	0	0%	10	10%	53	53%	37	37%
2.	Kelengkapan sarana dan prasarana di Sabai Rental Lampung sangat lengkap	0	0%	0	0%	14	14%	51	51%	35	35%
3.	Prosedur pembayaran jelas di Sabai Rental Lampung	1	1%	2	2%	28	28%	41	41%	28	28%
Reability / Kehandalan											
4.	Jam buka dan tutup di Sabai Rental Lampung sesuai jadwal yang ditentukan	0	0%	6	6%	26	26%	42	42%	26	26%

5.	Pegawai di Sabai Rental Lampung paham dengan mesin mobil	0	0%	0	0%	12	12%	51	51%	37	37%
6.	Prosedur layanan penyewaan mobil tidak berbelit – belit	0	0%	0	0%	11	11%	54	54%	35	35%
<i>Responsiveness / Tanggap</i>											
7.	Sabai Rental Lampung merespons kebutuhan dan keluhan layanan dari konsumen	0	0%	0	0%	24	24%	47	47%	29	29%
8.	Pegawai Sabai Rental Lampung bersikap ramah dan sopan	0	0%	0	0%	9	9%	53	53%	38	38%
9.	Pegawai Sabai Rental Lampung mampu melayani konsumen dengan baik	0	0%	0	0%	18	18%	47	47%	35	35%
<i>Assurance / Keyakinan</i>											
10.	Pegawai memiliki kemampuan teknisi yang baik	0	0%	3	3%	28	28%	47	47%	22	22%
11.	Pegawai Sabai Rental Lampung memberikan penjelasan layanan yang diberikan	0	0%	3	3%	32	32%	42	42%	23	23%
12.	Pegawai mengetahui rute perjalanan	0	0%	1	1%	20	20%	51	51%	28	28%
<i>Empaty / perhatian</i>											
13.	Pegawai Sabai Rental Lampung sabar melayani pelanggan	0	0%	3	3%	28	28%	51	51%	18	18%
14.	Pegawai Sabai Rental Lampung menjaga hubungan baik dengan pelanggan	0	0%	0	0%	16	16%	54	54%	30	30%
15.	Pegawai Sabai Rental Lampung peduli akan keluhan konsumen	0	0%	0	0%	17	17%	51	51%	32	32%

Berdasarkan tabel 4.3 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 8 Pegawai Sabai Rental Lampung bersikap ramah dan sopan dengan jumlah responden sebanyak 38 responden atau 38% dan yang terkecil pada pernyataan 13 Pegawai Sabai Rental Lampung sabar melayani pelanggan dengan jumlah responden sebanyak 18 responden atau 18%.

Tabel 4.4
Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Kinerja

No	Daftar Pernyataan	Jawaban									
		TP (1)		KP (2)		CP (3)		P (4)		SP (5)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
<i>Tangibles / Bukti Fisik</i>											
1.	Kondisi mobil di Sabai Rental Lampung dalam keadaan baik	12	12%	10	10%	42	42%	32	32%	4	4%
2.	Kelengkapan sarana dan prasarana di Sabai Rental Lampung sangat lengkap	2	2%	18	18%	33	33%	44	44%	3	3%
3.	Prosedur pembayaran jelas di Sabai Rental Lampung	2	2%	12	12%	11	11%	50	50%	25	25%
<i>Reability / Kehandalan</i>											
4.	Jam buka dan tutup di Sabai Rental Lampung sesuai jadwal yang ditentukan	2	2%	7	7%	26	26%	42	42%	23	23%
5.	Pegawai di Sabai Rental Lampung paham dengan mesin mobil	0	0%	6	6%	12	12%	53	53%	29	29%
6.	Prosedur layanan penyewaan mobil tidak berbelit – belit	4	4%	14	14%	23	23%	42	42%	17	17%
<i>Responsiveness / Tanggap</i>											
7.	Sabai Rental Lampung merespons kebutuhan dan keluhan layanan dari konsumen	6	6%	8	8%	36	36%	34	34%	16	16%
8.	Pegawai Sabai Rental Lampung bersikap ramah dan sopan	5	5%	13	13%	21	21%	45	45%	16	16%
9.	Pegawai Sabai Rental Lampung mampu melayani konsumen dengan baik	5	5%	17	17%	24	24%	37	37%	17	17%
<i>Assurance / Keyakinan</i>											
10.	Pegawai memiliki kemampuan teknisi yang baik	8	8%	19	19%	37	37%	32	32%	4	4%
11.	Pegawai Sabai Rental Lampung memberikan penjelasan layanan yang diberikan	5	5%	16	16%	23	23%	47	47%	9	9%
12.	Pegawai mengetahui rute perjalanan	5	5%	16	16%	23	23%	47	47%	9	9%
<i>Empaty / perhatian</i>											

13.	Pegawai Sabai Rental Lampung sabar melayani pelanggan	3	3%	13	13%	11	11%	60	60%	13	13%
14.	Pegawai Sabai Rental Lampung menjaga hubungan baik dengan pelanggan	6	6%	12	12%	18	18%	43	43%	21	21%
15.	Pegawai Sabai Rental Lampung peduli akan keluhan konsumen	1	1%	11	11%	14	14%	58	58%	14	14%

Sumber: Data diolah pada tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.4 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 5 L Kemampuan Staf di Sabai Rental Lampung dapat dipercaya dengan jumlah responden sebanyak 29 responden atau 29% dan yang terkecil pada pernyataan 2 Kelengkapan sarana dan prasarana di Sabai Rental Lampung sangat lengkap dengan jumlah responden sebanyak 3 responden atau 3%

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi product moment. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan terhadap 30 responden dengan menggunakan aplikasi SPSS. Hasil pengujian validitas menggunakan kriteria pengujian untuk uji ini adalah apabila $Sig < 0,05$, maka valid dan apabila $Sig > 0,05$ maka tidak valid.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Kuisiner Berdasarkan Harapan

Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 2	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 3	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 4	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 5	0,001	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 6	0,001	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 7	0,001	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 8	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid

Butir 9	0,018	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 10	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 11	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 12	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 13	0,001	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 14	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 15	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji validitas variabel harapan dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai variabel harapan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai Sig < Alpha. Dengan demikian seluruh item pernyataan harapan dinyatakan valid.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Kuisiner Berdasarkan Kinerja

Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 2	0,001	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 3	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 4	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 5	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 6	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 7	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 8	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 9	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 10	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 11	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 12	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 13	0,002	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 14	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Butir 15	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji validitas variabel Kinerja dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai variabel harapan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai Sig < Alpha. Dengan demikian seluruh item pernyataan harapan dinyatakan valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji realibilitas terhadap masing-masing instrumen variabel harapan dan variabel

kinerja menggunakan rumus Alpha Cronbach dengan bantuan program SPSS. Hasil uji realibilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interprestasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.7
Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono, 2012

Berdasarkan tabel 4.7 di atas mengenai ketentuan reliable, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Koefisien r	Simpulan
Harapan	0,898	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
Kinerja	0,957	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.8 nilai cronbach's alpha sebesar 0,898 untuk harapan dengan tingkat reliabel tinggi, dan 0,957 untuk variabel kinerja dengan tingkat reliabel tinggi.

4.3 Hasil Analisis Data

Untuk mengukur nilai kepuasan Konsumen terhadap kualitas pelayanan di SABAI Rental Mobil Lampung. menggunakan 2 (dua) alat analisis data yaitu Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) dan adalah sebagai berikut:

4.5.1 Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)

1. Mean Importance Score (MIS)

MIS merupakan nilai rata-rata tingkat harapan responden dari tiap variabel atau atribut yang dapat dihitung menggunakan rumus:

Keterangan :

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^N xi}{n}$$

n : Jumlah responden

Yi : Harapan atribut ke-i

Table 4.9
Hasil Skor Rata-Rata Harapan (MIS)

No	Pernyataan	Total	Rata - Rata
<i>Tangibles / Bukti Fisik</i>			
1.	Kondisi mobil di Sabai Rental Lampung dalam keadaan baik	427	4,27
2.	Kelengkapan sarana dan prasarana di Sabai Rental Lampung sangat lengkap	421	4,21
3.	Prosedur pembayaran jelas di Sabai Rental Lampung	393	3,93
<i>Reability / Kehandalan</i>			
4.	Jam buka dan tutup di Sabai Rental Lampung sesuai jadwal yang ditentukan	388	3,88
5.	Pegawai di Sabai Rental Lampung paham dengan mesin mobil	425	4,25
6.	Prosedur layanan penyewaan mobil tidak berbelit – belit	424	4,24
<i>Responsiveness / Tanggap</i>			
7.	Sabai Rental Lampung merespons kebutuhan dan keluhan layanan dari konsumen	405	4,05
8.	Pegawai Sabai Rental Lampung bersikap ramah dan sopan	429	4,29
9.	Pegawai Sabai Rental Lampung mampu melayani konsumen dengan baik	417	4,17

<i>Assurance / Keyakinan</i>			
10.	Pegawai memiliki kemampuan teknis yang baik	388	3,88
11.	Pegawai Sabai Rental Lampung memberikan penjelasan layanan yang diberikan	385	3,85
12.	Pegawai mengetahui rute perjalanan	406	4,06
<i>Empaty / perhatian</i>			
13.	Pegawai Sabai Rental Lampung sabar melayani pelanggan	384	3,84
14.	Pegawai Sabai Rental Lampung menjaga hubungan baik dengan pelanggan	414	4,14
15.	Pegawai Sabai Rental Lampung peduli akan keluhan konsumen	415	4,15
Total		6121	61,21

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.11 mengenai Hasil Skor Rata-Rata Harapan (MIS) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan. Diperoleh seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai harapan terdapat total hasil rata-rata (MIS) sebesar 61,21 dan yang tertinggi pada pertanyaan (8) sebesar 4,29.

Table 4.10

Hasil Skor Rata-Rata Kinerja (MSS)

No	Pernyataan	Total	Rata - Rata
<i>Tangibles / Bukti Fisik</i>			
1.	Kondisi mobil di Sabai Rental Lampung dalam keadaan baik	306	3,06
2.	Kelengkapan sarana dan prasarana di Sabai Rental Lampung sangat lengkap	328	3,28
3.	Prosedur pembayaran jelas di Sabai Rental Lampung	384	3,84
<i>Reability / Keandalan</i>			
4.	Jam buka dan tutup di Sabai Rental Lampung sesuai jadwal yang ditentukan	377	3,77

5.	Pegawai di Sabai Rental Lampung paham dengan mesin mobil	405	4,05
6.	Prosedur layanan penyewaan mobil tidak berbelit – belit	354	3,54
<i>Responsiveness / Tanggap</i>			
7.	Sabai Rental Lampung merespons kebutuhan dan keluhan layanan dari konsumen	346	3,46
8.	Pegawai Sabai Rental Lampung bersikap ramah dan sopan	354	3,54
9.	Pegawai Sabai Rental Lampung mampu melayani konsumen dengan baik	344	3,44
<i>Assurance / Keyakinan</i>			
10.	Pegawai memiliki kemampuan teknisi yang baik	305	3,05
11.	Pegawai Sabai Rental Lampung memberikan penjelasan layanan yang diberikan	341	3,41
12.	Pegawai mengetahui rute perjalanan	339	3,39
<i>Empaty / perhatian</i>			
13.	Pegawai Sabai Rental Lampung sabar melayani pelanggan	367	3,67
14.	Pegawai Sabai Rental Lampung menjaga hubungan baik dengan pelanggan	361	3,61
15.	Pegawai Sabai Rental Lampung peduli akan keluhan konsumen	369	3,69
Total		5280	52,80

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.12 mengenai Hasil Skor Rata-Rata Harapan (MIS) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan. Diperoleh seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai harapan terdapat total hasil rata-rata (MIS) sebesar 52,80 dan yang tertinggi pada pertanyaan (5) sebesar 4,05

2. Menentukan *Weight Factor* (WF)

Menentukan *Weight Factor* (WF), skor ini merupakan presentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut dengan menggunakan rumus:

$$(1). \sum_{i=1}^n MIS_i = MIS_1 + MIS_2 + MIS_3 + \dots + MIS_{25}$$

$$(2). WF = \frac{MIS}{\sum_i^p MIS_i}$$

Keterangan:

P : Jumlah atribut kepentingan (k=15)

i : Atribut pelayanan ke-i

Table 4.11
Hasil Nilai *Weight Factor*

No	Pernyataan	Nilai MIS	Nilai WF
<i>Tangibles / Bukti Fisik</i>			
1.	Kondisi mobil di Sabai Rental Lampung dalam keadaan baik	4,27	6,98
2.	Kelengkapan sarana dan prasarana di Sabai Rental Lampung sangat lengkap	4,21	6,88
3.	Prosedur pembayaran jelas di Sabai Rental Lampung	3,93	6,42
<i>Reability / Keandalan</i>			
4.	Jam buka dan tutup di Sabai Rental Lampung sesuai jadwal yang ditentukan	3,88	6,34
5.	Pegawai di Sabai Rental Lampung paham dengan mesin mobil	4,25	6,94
6.	Prosedur layanan penyewaan mobil tidak berbelit – belit	4,24	6,93
<i>Responsiveness / Tanggap</i>			
7.	Sabai Rental Lampung merespons kebutuhan dan keluhan layanan dari konsumen	4,05	6,62
8.	Pegawai Sabai Rental Lampung bersikap ramah dan sopan	4,29	7,01
9.	Pegawai Sabai Rental Lampung mampu melayani konsumen dengan baik	4,17	6,81

<i>Assurance / Keyakinan</i>			
10.	Pegawai memiliki kemampuan teknisi yang baik	3,88	6,34
11.	Pegawai Sabai Rental Lampung memberikan penjelasan layanan yang diberikan	3,85	6,29
12.	Pegawai mengetahui rute perjalanan	4,06	6,63
<i>Empaty / perhatian</i>			
13.	Pegawai Sabai Rental Lampung sabar melayani pelanggan	3,84	6,27
14.	Pegawai Sabai Rental Lampung menjaga hubungan baik dengan pelanggan	4,14	6,76
15.	Pegawai Sabai Rental Lampung peduli akan keluhan konsumen	4,15	6,78
Total		61,21	6,67

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.13 mengenai hasil *wieght factor* (WF) dari seluruh hasil indikator kualitas pelayanan diperoleh rata – rata *wieght factor* (WF) sebesar 6,67.

3. Menentukan *Weight Score* (WSi)

Bobot ini merupakan perkalian antara Weight Factor (WF) dengan rata- rata tingkat kepuasan(X) (MeanSatisfaction Score=MSS).

$$WSi = WFi \times MSSi$$

Table 4.12
Hasil Nilai *Weight Score*

N o	Pernyataan	Nilai MSS	Nilai WF	Nilai WS
<i>Tangibles / Bukti Fisik</i>				
1.	Kondisi mobil di Sabai Rental Lampung dalam keadaan baik	3,06	6,98	21,35
2.	Kelengkapan sarana dan prasarana di Sabai Rental Lampung sangat lengkap	3,28	6,88	22,56
3.	Prosedur pembayaran jelas di Sabai Rental Lampung	3,84	6,42	24,65

Reability / Kehandalan				
4.	Jam buka dan tutup di Sabai Rental Lampung sesuai jadwal yang ditentukan	3,77	6,34	23,90
5.	Pegawai di Sabai Rental Lampung paham dengan mesin mobil	4,05	6,94	28,12
6.	Prosedur layanan penyewaan mobil tidak berbelit – belit	3,54	6,93	24,52
Responsiveness / Tanggap				
7.	Sabai Rental Lampung merespons kebutuhan dan keluhan layanan dari konsumen	3,46	6,62	22,89
8.	Pegawai Sabai Rental Lampung bersikap ramah dan sopan	3,54	7,01	24,81
9.	Pegawai Sabai Rental Lampung mampu melayani konsumen dengan baik	3,44	6,81	23,44
Assurence / Keyakinan				
10	Pegawai memiliki kemampuan teknisi yang baik	3,05	6,34	19,33
11	Pegawai Sabai Rental Lampung memberikan penjelasan layanan yang diberikan	3,41	6,29	21,45
12	Pegawai mengetahui rute perjalanan	3,39	6,63	22,49
Empaty / perhatian				
13	Pegawai Sabai Rental Lampung sabar melayani pelanggan	3,67	6,27	23,02
14	Pegawai Sabai Rental Lampung menjaga hubungan baik dengan pelanggan	3,61	6,76	24,42
15	Pegawai Sabai Rental Lampung peduli akan keluhan konsumen	3,69	6,78	25,02
Total		52,80	Total WS	351.965

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.14 mengenai hasil *wieght score* (WSi) dari seluruh hasil indikator kualitas pelayanan diperoleh total *wieght score* (WSi) sebesar 351.965.

4. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} \times 100\%$$

Dimana:

p = Atribut kepentingan kep

HS = (Highest Scale)

Skala maksimum yang digunakan (skala5)

$$CSI = \frac{351.965}{5} \times 100\% = 70,39\%$$

Dari hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperoleh nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 70,39%

Tabel 4.13
Kriteria nilai indeks kepuasan Konsumen

No	Nilai Indeks	Keterangan
1	81% - 100%	Sangat Puas
2	66% - 80%	Puas
3	51% - 65%	Cukup Puas
4	35% - 50%	Kurang Puas
5	0% - 34%	Tidak Puas

Sumber : Data Diolah, Tahun 2019

Berdasarkan tabel kriteria nilai indeks kepuasan konsumen diketahui nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah sebesar 70,39%. Jika didasarkan pada indeks kepuasan konsumen maka nilai 70,39%. Berada pada range 66%-80%. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum indeks kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Sabai Rental Lampung atribut-atribut yang diuji adalah pada kriteria puas.

4.5.2 Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

Analisis untuk mengetahui sejauh mana tingkat kesesuaian dilihat dari kepuasan Mahasiswa terhadap kualitas pelayanan di SABAI Rental Mobil Lampung. Dengan menggunakan analisis tingkat kepentingan dan kinerja atau *Importance Performance Analysis*. Berdasarkan hasil

penelitian dan pengolahan data maka diperoleh data *Importance Performance Analysis* (IPA) dan Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebagai berikut:

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

Keterangan :

Tki = Tingka Kesesuaian

Xi = Skor Penilaian Kinerja

Yi = Skor Penilaian Kepentingan

Tabel 4.14

Penilaian Tingkat Kesesuaian Kinerja Yang Dilakukan Dengan Harapan Konsumen Di SABAI Rental Mobil Lampung

No	Pernyataan	Kinerja	Harapan	Tingkat Kesesuaian
<i>Tangibles / Bukti Fisik</i>				
1.	Kondisi mobil di Sabai Rental Lampung dalam keadaan baik	306	427	72%
2.	Kelengkapan sarana dan prasarana di Sabai Rental Lampung sangat lengkap	328	421	78%
3.	Prosedur pembayaran jelas di Sabai Rental Lampung	384	393	98%
<i>Reability / Kehandalan</i>				
4.	Jam buka dan tutup di Sabai Rental Lampung sesuai jadwal yang ditentukan	377	388	97%
5.	Pegawai di Sabai Rental Lampung paham dengan mesin mobil	405	425	95%
6.	Prosedur layanan penyewaan mobil tidak berbelit – belit	354	424	83%
<i>Responsiveness / Tanggap</i>				
7.	Sabai Rental Lampung merespons kebutuhan dan keluhan layanan dari konsumen	346	405	85%

8.	Pegawai Sabai Rental Lampung bersikap ramah dan sopan	354	429	83%
9.	Pegawai Sabai Rental Lampung mampu melayani konsumen dengan baik	344	417	82%
Assurance / Keyakinan				
10.	Pegawai memiliki kemampuan teknisi yang baik	305	388	79%
11.	Pegawai Sabai Rental Lampung memberikan penjelasan layanan yang diberikan	341	385	89%
12.	Pegawai mengetahui rute perjalanan	339	406	83%
Empaty / perhatian				
13.	Pegawai Sabai Rental Lampung sabar melayani pelanggan	367	384	96%
14.	Pegawai Sabai Rental Lampung menjaga hubungan baik dengan pelanggan	361	414	87%
15.	Pegawai Sabai Rental Lampung peduli akan keluhan konsumen	369	415	89%
Total		5280	6121	86%

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.9 mengenai Penilaian Tingkat Kesesuaian Kinerja Yang Dilakukan Dengan Harapan Konsumen diperoleh nilai tingkat kesesuaian seluruh item sebesar 86%.

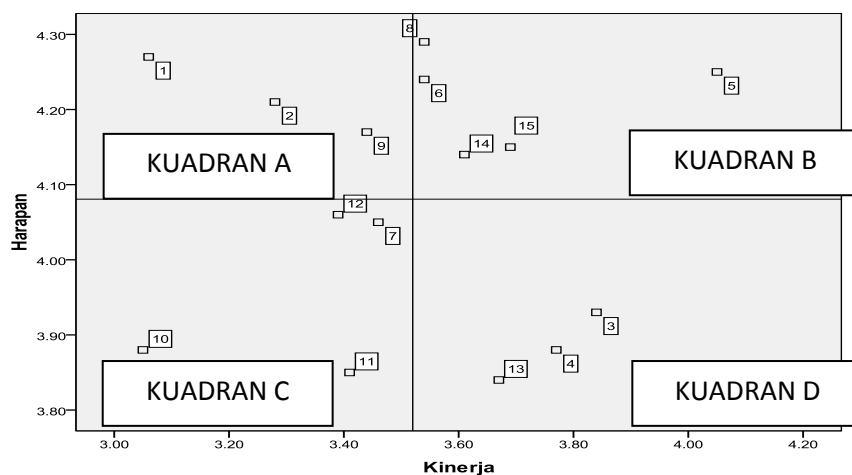
Table 4.15
Perhitungan Rata – Rata Dari Penilaian Kinerja Dan Penilaian Harapan di SABAI Rental Mobil Lampung

No	Pernyataan	Kinerja	Harapan
Tangibles / Bukti Fisik			
1.	Kondisi mobil di Sabai Rental Lampung dalam keadaan baik	3,06	4,27
2.	Kelengkapan sarana dan prasarana di Sabai Rental Lampung sangat lengkap	3,28	4,21

3.	Prosedur pembayaran jelas di Sabai Rental Lampung	3,84	3,93
Reability / Keandalan			
4.	Jam buka dan tutup di Sabai Rental Lampung sesuai jadwal yang ditentukan	3,77	3,88
5.	Pegawai di Sabai Rental Lampung paham dengan mesin mobil	4,05	4,25
6.	Prosedur layanan penyewaan mobil tidak berbelit – belit	3,54	4,24
Responsiveness / Tanggap			
7.	Sabai Rental Lampung merespons kebutuhan dan keluhan layanan dari konsumen	3,46	4,05
8.	Pegawai Sabai Rental Lampung bersikap ramah dan sopan	3,54	4,29
9.	Pegawai Sabai Rental Lampung mampu melayani konsumen dengan baik	3,44	4,17
Assurance / Keyakinan			
10.	Pegawai memiliki kemampuan teknisi yang baik	3,05	3,88
11.	Pegawai Sabai Rental Lampung memberikan penjelasan layanan yang diberikan	3,41	3,85
12.	Pegawai mengetahui rute perjalanan	3,39	4,06
Empaty / perhatian			
13.	Pegawai Sabai Rental Lampung sabar melayani pelanggan	3,67	3,84
14.	Pegawai Sabai Rental Lampung menjaga hubungan baik dengan pelanggan	3,61	4,14
15.	Pegawai Sabai Rental Lampung peduli akan keluhan konsumen	3,69	4,15
Total		52,80	61,21
Rata – rata		3,52	4,08

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.10 mengenai Perhitungan Rata – Rata Dari Penilaian Kinerja Dan Penilaian Harapan di SABAI Rental Mobil Lampung dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai harapan dan kinerja terdapat hasil rata-rata nilai dari atribut harapan sebesar 3,52 dan kinerja sebesar 4,08.



Gambar 4.1

Diagram Kartesius

Berdasarkan gambar 4.1 Penempatan posisi masing-masing dapat dilihat pada diagram kartesius dibagi menjadi empat diagram dengan garis tengah pembagi berdasarkan nilai rata-rata tingkat Harapan yaitu sebesar 3,52 dan nilai rata-rata tingkat Kinerja yaitu sebesar 4,08. Dari diagram kartesius diatas terlihat bahwa letak dari unsur-unsur pelaksanaan atribut yang mempengaruhi harapan mahasiswa terbagi menjadi empat kuadran. Adapun interpretasi dari diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran A

Kuadran A menunjukkan variabel yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen dan dianggap sangat penting tetapi perusahaan belum dapat melaksanakan sesuai keinginan konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

- a. Memastikan keadaan Kondisi mobil Sabai Rental Lampung dalam keadaan baik sebelum digunakan oleh konsumen (1)
- b. Melengkapi sarana dan prasarana mobil di Sabai Rental seperti tempat sampah dan tisu untuk konsumen (2)

- c. Pegawai melayani Konsumen dengan baik dengan menyapa konsumen dengan yang datang untuk menggunkan mobil di Sabai Rental Lampung mampu (9)

2. Kuadran B

Kuadran B menunjukkan variabel yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting untuk memuaskan konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

- a. Pegawai mengecek mesin mobil yang ingin digunakan konsumen di Sabai Rental Lampung (5)
- b. Syarat penyewaan mobil sangat mudah di Sabai Rental Lampung (6)
- c. Pegawai Sabai Rental Lampung bersikap ramah dan sopan (8)
- d. Pegawai Sabai Rental Lampung menjaga hubungan baik dengan konsumen dengan memberikan prioritas kepada pelanggan tetep (14)
- e. Pegawai Sabai Rental Lampung dengan cepat merespon keluhan konsumen(15)

3. Kuadran C

Kuadran C menunjukkan variabel yang dianggap kurang penting dan kurang memuaskan konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

- a. Sabai Rental Lampung merespons kebutuhan dan keluhan layanan dari konsumen (7)
- b. Pegawai memiliki kemampuan teknisi yang baik (10)
- c. Pegawai Sabai Rental Lampung memberikan penjelasan layanan yang diberikan (11)
- d. Pegawai mengetahui rute perjalanan (12)

4. Kuadran D

Kuadran D menunjukkan variabel yang memuaskan. Tetapi pelaksanaan terlalu berlebihan kurang penting oleh konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

- a. Informasi dan petunjuk jelas di Sabai Rental Lampung (3)
- b. Jam buka dan tutup di Sabai Rental Lampung sesuai jadwal yang ditentukan (4)
- c. Pegawai Sabai Rental Lampung sabar melayani pelanggan (13)

4.4 Pembahasan

Hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan yang harus diprioritaskan oleh Sabai Rental Lampung yaitu mampu melayani Konsumen dengan baik.

1. Kuadran A

Kuadran A menunjukkan variabel yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen dan dianggap sangat penting tetapi perusahaan belum dapat melaksanakan sesuai keinginan konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

- a. Sabai Rental Lampung perlu meningkatkan perhatian terhadap kondisi mobil yang ingin disewakan kepada konsumen baik itu ban, ac dan mesin mobil.
- b. Sabai Rental Lampung perlu meningkatkan penambahan unit mobil sesuai kebutuhan konsumen dan setiap mobil yang di sewakan di lengkapi dengan kota sampah dan tisu
- c. Sabai Rental Lampung perlu meningkatkan pelayanan kepada konsumen dengan menyapa konsumen yang ingin menggunkan jasa rental mobil

2. Kuadran B

Kuadran B menunjukkan variabel yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting untuk memuaskan konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

- a. Sabai Rental Lampung perlu mempertahankan pengetahuan Pegawai mengenai mesin mobil sehingga apabila terjadi kendala atau kerusakan pada mobil dapat diselesaikan dengan cepat.
- b. Sabai Rental Lampung perlu mempertahankan Prosedur kemudahan dalam prosedur penyewaan mobil
- c. Sabai Rental Lampung perlu mempertahankan Pegawai Sabai Rental Lampung bersikap ramah dan sopan memberikan senyum kepada konsumen
- d. Sabai Rental Lampung perlu mempertahankan jujur dalam bekerja sehingga dapat menimbulkan kepercayaan konsumen
- e. Sabai Rental Lampung perlu mempertahankan kecewaan dalam menangani keluhan konsumen

3. Kuadran C

Kuadran C menunjukan variabel yang dianggap kurang penting dan kurang memuaskan konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

- a. Sabai Rental Lampung merespons kebutuhan dan keluhan layanan dari konsumen (7) seperti memberikan kotak saran pada setiap keluhan konsumen
- b. Pegawai memiliki kemampuan teknis yang baik (10) menjaga kondisi mobil tetap baik
- c. Pegawai Sabai Rental Lampung memberikan penjelasan layanan yang diberikan (11) seperti pegawai sebaiknya memahami paket pelayanan yang diberikan kepada konsumen sehingga konsumennya dapat memahaminya dengan baik

- d. Pegawai mengetahui rute perjalanan (12) pegawai harus memahami rute perjalanan yang di inginkan konsumen

4. Kuadran D

Kuadran D menunjukan variabel yang memuaskan. Tetapi pelaksanaan terlalu berlebihan kurang penting oleh konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

- a. Informasi dan petunjuk jelas di Sabai Rental Lampung (3) memberikan langkah untuk menyewa mobil di Sabai Rental Lampung
- b. Jam buka dan tutup di Sabai Rental Lampung sesuai jadwal yang ditentukan (4) sesuaikan jadwal buka dan tutuo di Sabai Rental Lampung
- c. Pegawai Sabai Rental Lampung sabar melayani pelanggan (13) bersikap tenang dalam menghadapi keluhan yang diberikan konsumen

Nilai kepuasan konsumen dengan menggunakan model *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada pelayanan Sabai Rental Lampung secara umum indeks kepuasan konsumen atas Sabai Rental Lampung untuk atribut-atribut yang diuji dan diperoleh hasil pada kriteria puas, artinya kualitas pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan konsumenn Sabai Rental Lampung dan terus ditingkatkan sehingga kepuasan konsumen nantinya pada tingkat kreteria sangat puas Menurut Titien Alaqiyah (2018) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya., seperti yang dilakukan pihak Sabai Rental Lampung untuk selalu memperhatikan kepuasan dari konsumennya.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan tabel kriteria nilai indeks kepuasan konsumen diketahui nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah sebesar 70,39%. Jika didasarkan pada indeks kepuasan konsumen maka nilai 70,39%. Berada pada range 66%-80%. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum indeks kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Sabai Rental Lampung atribut-atribut yang diuji adalah pada kriteria puas

Hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan yang harus diprioritaskan oleh Sabai Rental Lampung yaitu mampu melayani Konsumen dengan baik.

1. Kuadran A

Kuadran A menunjukan variabel yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen dan dianggap sangat penting tetapi perusahaan belum dapat melaksanakan sesuai keinginan konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

- d. Sabai Rental Lampung perlu meningkatkan perhatian terhadap kondisi mobil yang ingin disewakan kepada konsumen baik itu ban, ac dan mesin mobil.
- e. Sabai Rental Lampung perlu meningkatkan penambahan unit mobil sesuai kebutuhan konsumen dan setiap mobil yang di sewakan di lengkapi dengan kota sampah dan tisu
- f. Sabai Rental Lampung perlu meningkatkan pelayanan kepada konsumen dengan menyapa konsumen yang ingin menggunkan jasa rental mobil

2. Kuadran B

Kuadran B menunjukkan variabel yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting untuk memuaskan konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

- f. Sabai Rental Lampung perlu mempertahankan pengetahuan Pegawai mengenai mesin mobil sehingga apabila terjadi kendala atau kerusakan pada mobil dapat diselesaikan dengan cepat.
- g. Sabai Rental Lampung perlu mempertahankan Prosedur kemudahan dalam prosedur penyewaan mobil
- h. Sabai Rental Lampung perlu mempertahankan Pegawai Sabai Rental Lampung bersikap ramah dan sopan memberikan senyum kepada konsumen
- i. Sabai Rental Lampung perlu mempertahankan jujur dalam bekerja sehingga dapat menimbulkan kepercayaan konsumen
- j. Sabai Rental Lampung perlu mempertahankan kecewaan dalam menangani keluhan konsumen

3. Kuadran C

Kuadran C menunjukan variabel yang dianggap kurang penting dan kurang memuaskan konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

- e. Sabai Rental Lampung merespons kebutuhan dan keluhan layanan dari konsumen (7) seperti memberikan kotak saran pada setiap keluhan konsumen
- f. Pegawai memiliki kemampuan teknis yang baik (10) menjaga kondisi mobil tetap baik
- g. Pegawai Sabai Rental Lampung memberikan penjelasan layanan yang diberikan (11) seperti pegawai sebaiknya memahami paket pelayanan yang diberikan kepada konsumen sehingga konsumuumeen dapat memahaminya dengan baik

- h. Pegawai mengetahui rute perjalanan (12) pegawai harus memahami rute perjalanan yang di inginkan konsumen

4. Kuadran D

Kuadran D menunjukan variabel yang memuaskan. Tetapi pelaksanaan terlalu berlebihan kurang penting oleh konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

- d. Informasi dan petunjuk jelas di Sabai Rental Lampung (3) memberikan langkah untuk menyewa mobil di Sabai Rental Lampung
- e. Jam buka dan tutup di Sabai Rental Lampung sesuai jadwal yang ditentukan (4) sesuaikan jadwal buka dan tutuo di Sabai Rental Lampung
- f. Pegawai Sabai Rental Lampung sabar melayani pelanggan (13) bersikap tenang dalam menghadapi keluhan yang diberikan konsumen

Berdasarkan hasil kesimpulan dari analisi IPA Sabai Rental perlu melakukan perbaikan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam menggunkan mobil di sabai rental mobil lampung sebagai berikut : Sabai Rental Lampung perlu meningkatkan perhatian terhadap kondisi mobil yang ingin disewakan kepada konsumen baik itu ban, ac dan mesin mobil, penambahan unit mobil sesuai kebutuhan konsumen dan setiap mobil yag di sewakan di lengkapi dengan kota sampah dan tisu, pelayanan kepada konsumen dengan menyapa konsumen yang ingin menggunkan jasa rental mobil dan Sabai Rental Lampung perlu mempertahankan pengetahuan Pegawai mengenai mesin mobil sehingga apabila terjadi kendala atau kerusakan pada mobil dapat diselesaikan dengan cepat, Prosedur kemudahan dalam prosedur penyewaan mobil, Pegawai Sabai Rental Lampung bersikap ramah dan sopan memberikan seyum kepada konsumen, Sabai Rental Lampung perlu mempertahankan jujur dalam bekerja sehingga dapat menimbulkan kepercayaan konsumen, Sabai Rental Lampung perlu mempertahankan keceoatan dalam menangani keluhan konsumen

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Sabai Rental Lampung merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa penyewaan mobil di kota Bandar Lampung sebaiknya dapat meningkatkan kualitas pelayanan karena secara keseluruhan konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan,

1. Kuadran A

Kuadran A menunjukkan variabel yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen dan dianggap sangat penting tetapi perusahaan belum dapat melaksanakan sesuai keinginan konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

- g. Kondisi mobil di Sabai Rental Lampung dalam keadaan baik (1) solusinya Sabai Rental Lampung cek kondisi mobil yang ingin disewakan kepada konsumen baik itu ban, ac dan mesin mobil.
- h. Kelengkapan sarana dan prasarana di Sabai Rental Lampung sangat lengkap (2) solusinya penambahan unit mobil sesuai kebutuhan konsumen
- i. Pegawai Sabai Rental Lampung mampu melayani Konsumen dengan baik (9) solusinya pegawai harus meningkatkan pelayanan kepada konsumen

2. Kuadran B

Kuadran B menunjukkan variabel yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting untuk memuaskan konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

- k. Pegawai di Sabai Rental Lampung paham dengan mesin mobil solusinya pegawai harus lebih meningkatkan

pengetahuan tentang mesin mobil apabila terjadi kendala dapat diselesaikan dengan cepat.

- l. Prosedur layanan penyewaan mobil tidak berbelit – belit solusinya tetap pertahankan kemudahan dalam prosedur penyewaain mobil
- m. Pegawai Sabai Rental Lampung bersikap ramah dan sopan (8) solusinya pertahankan sikap ramah dan sopan terhadap konsumen seperti memberikan seyum dan salam kepada konsumen
- n. Pegawai Sabai Rental Lampung menjaga hubungan baik dengan konsumen (14) seperti jujur dalam bekerja sehingga dapat menimbulkan kepercayaan konsumen
- o. Pegawai Sabai Rental Lampung peduli akan keluhan konsumen (15) seperti mengevaluasi keluhan konsumen

3. Kuadran C

Kuadran C menunjukkan variabel yang dianggap kurang penting dan kurang memuaskan konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

- i. Sabai Rental Lampung merespons kebutuhan dan keluhan layanan dari konsumen (7) seperti meberikan kotak saran pada setiap keluhan konsumen
- j. Pegawai memiliki kemampuan teknisi yang baik (10) menjaga kondisi mobil tetap baik
- k. Pegawai Sabai Rental Lampung memberikan penjelasan layanan yang diberikan (11) seperti pegawai sebaiknya memahami paket pelayanan yang diberikan kepada konsumen sehingga konsuuumeen dapat memahaminya dengan baik
- l. Pegawai mengetahui rute perjalanan (12) pegawai harus memahami rute perjalanan yang di inginkan konsumen.

4. Kuadran D

Kuadran D menunjukkan variabel yang memuaskan. Tetapi pelaksanaan terlalu berlebihan kurang penting oleh konsumen.

Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

- g. Informasi dan petunjuk jelas di Sabai Rental Lampung (3) memberikan langkah untuk menyewa mobil di Sabai Rental Lampung
- h. Jam buka dan tutup di Sabai Rental Lampung sesuai jadwal yang ditentukan (4) sesuaikan jadwal buka dan tutuo di Sabai Rental Lampung
- i. Pegawai Sabai Rental Lampung sabar melayani pelanggan (13) bersikap tenang dalam menghadapi keluhan yang diberikan konsumen

Nilai kepuasan konsumen dengan *menggunakan model Customer Satisfaction Index (CSI)* pada pelayanan Sabai Rental Lampung secara umum indeks kepuasan konsumen atas Sabai Rental Lampung untuk atribut-atribut yang diuji dan diperoleh hasil pada kriteria puas, artinya kualitas pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan konsumenn Sabai Rental Lampung dan terus ditingkatkan sehingga kepuasan konsumen nantinya pada tingkat kreteria sangat puas sehinga akan menciptakan kelekatan emosional terhadap jasa yang digunakan akan berdampak pada loyalitas penggunaan jasa di Sabai Rental Lampung.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti lain diharapkan penelitian ini dapat membantu untuk dapat mengembangkan penelitian karena penelitian ini hanya melihat dari satu sisi yaitu kualitas pelayanan yang mereka rasakan selanjutnya, disarankan peneliti lain menambahkan variabel lainnya seperti variabel loyalitas atau objek dan subyek penelitian yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Alawiyah, Titien. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Menginap Pada Hotel Diamond Di Kota Samarinda*. Volume 6, Nomor 2. eJournal Administrasi Bisnis. Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.
- Anggraini, Lulu Dian. *Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index*. Jurnal Industri Vol 4 No 2. Jurusan Teknologi Industri Pertanian, FTP – Universitas Brawijaya
- Arianto, Nurmin. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor*. Vol. 1, No.2. Jurnal Pemasaran Kompetitif.
- Chandra, Sarah Maryam. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Baliem Pilamo Di Wamena*. Vol.3 No.3. Jurnal EMBA. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado
- Dewi, Shanty Kusuma. 2015. *Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Metode Customer Satisfaction Index Dan Importance Performance Analysis*. Seminar Teknologi Dan Rekayasa (Sentra). Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Hardono, 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pasien Rawat Inap Dalam Menggunakan Jasa*. Volume 12, Nomor 1. Jurnal Ilmu Manajemen. Akademi Manajemen Administrasi Dharmala
- Imansyah dan Haris Irawan. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Kerta Gaya Pusaka Cabang Kandangan*. Vol 3, No 3. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis. Fakultas Ekonomi Universitas Achmad Yani Banjarmasin.

- Mulyawan, Ali. 2014. *Determinan Kualitas Layanan Akademik di STMIK Mardira Indonesia Bandung*. Vol.8. No.1. Jurnal Compute Dan Bisnis. STMIK Mardira Indonesia Bandung.
- Nilasari, Eswika & Istiatin. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo*. Jurnal Paradigma Vol. 13, No. 01. Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Batik Surakarta.
- Panjaitan, Januar Efendi. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung*. Vol. 11 No. 2. DeReMa Jurnal Manajemen. Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom
- Rohman, Altofu. 2017. *Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pengiriman (Study Kasus Pada Pengguna Jasa Jne Express Across Nations Cabang Nganjuk)*. Volume 1, Nomor 1. Jurnal Capital. Program Studi Manajemen Universitas PGRI Madiun
- Sudarti, Ken. 2013. *Menciptakan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Melalui Citra Dan Service Recovery (Studi Kasus Pada Restoran Lombok Ijo Semarang)*. Vol. 8 No. 2. Fokus Ekonomi. Fakultas Ekonomi Unissula Semarang.
- Sumaga, Arfan Usman. 2013. *Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Terhadap Penerapan Manajemen Rekayasa Konstruksi Profesional Ruko Di Kawasan Bussiness Park Kota Gorontalo*. Vol. 3, No. 1. Jurnal Ilmiah MEDIA ENGINEERING. Alumni Program Pascasarjana S2 Teknik Sipil Unsrat
- Trisnowati, Dalila Komala Hari Susanta Nugraha. 2016. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bengkel Pt. Astra International Tbk-Daihatsu Majapahit Semarang*. Diponegoro

Journal Of Social And Politic Of Science. Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Umam, Risep Khairul Niluh Putu Hariastuti. 2018. *Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Importance Performance Analysis (Ipa)*. Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan VI 2018. Institut Teknologi Adhi Tama

Yusendra, Muhamad Ariza Eka Dan KurniawanSyah. *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Bengkel Pt. Sumber Trada Motor Bandar Lampung*. Vol. 02. No.02. Jurnal Manajemen Magister, Institut Bisnis & Informatika (IBI) Darmajaya

Lampiran 1



INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNISDARMAJAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No.93 Lampung 35142

KUISIONER

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA SABAI RENTAL MOBIL LAMPUNG

IDENTITAS PENELITI

Nama : Eko Adi Pratama
Jurusan : Manajemen
Alamat : Jl. Pu Gang Cinde Nomor 100
E-Mail : EkoAdiPratama12345@gmail.com

Bandar Lampung.. Juni 2019

Hal : Mohon Bantu Pengisian Kuesioner

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr.

DiTempat

Dengan Hormat,

Berkenannya dengan penelitian yang saya lakukan dalam rangka menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) Manajemen Ibi Darmajaya Bandar Lampung tentang **“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA SABAI RENTAL MOBIL LAMPUNG”** maka saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk mengisi kuesioner terlampir.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat, oleh karenanya diharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk menjawab kuesioner ini dengan sejujurnya.

Perlu diberitahukan bahwa informasi yang Bapak/Ibu/Sdr berikan semata-mata untuk kepentingan penelitian ini. Untuk itu saya menjamin kerahasiaannya.

Atas perhatian, bantuan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu/Sdr, saya mengucapkan banyak terimakasih.

Hormat saya,

Peneliti

Eko Adi Pratama
PM. 1512110445

KUESIONER PENELITIAN

Pernyataan ini berguna dalam rangka penelitian skripsi yang berjudul :
ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA SABAI RENTAL MOBIL LAMPUNG Petunjuk pengisian daftar pernyataan :

1. Jawablah pernyataan yang diajukan dibawah ini dengan benar dan jujur.
2. Pertanyaan/pernyataan harus dijawab semua jangan sampai ada yang terlewatkan, agar data dapat sepenuhnya di olah oleh peneliti.
3. Berilah tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.

Kriteria Penilaian :

Penentuan Skor Tingkat Harapan			Penentuan Skor Tingkat Kinerja		
SH	Sangat Mengharapkan	5	SP	Sangat Puas	5
H	Mengharapkan	4	P	Puas (P)	4
CH	Cukup Mengharapkan	3	CP	Cukup Puas	3
KH	Kurang Mengharapkan	2	KP	Kurang Puas	2
TH	Tidak Mengharapkan	1	TP	Tidak Puas	1

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :(Dapat dikosongkan)

2. Jenis Kelamin : Laki-laki
 Perempuan

3. Usia :
 a. 17 Tahun – 23 Tahun c. 31 Tahun – 37 Tahun
 b. 24 Tahun – 30 Tahun d. > 38 tahun

Lampiran 2

1. Hasil Jawaban Kuisiner Kinerja

NO	KINERJA															Jumlah
	<i>Bukti Fisik</i>			<i>Kehandalan</i>			<i>Daya Tanggap</i>			<i>Keyakinan</i>			<i>Perhatian</i>			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
2	4	4	4	5	4	4	3	5	4	3	4	4	4	5	4	61
3	3	4	5	3	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	55
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	56
5	5	4	4	3	4	5	5	4	5	2	2	2	2	2	2	51
6	1	4	4	4	4	5	5	4	5	1	1	1	1	1	4	45
7	1	4	4	3	3	3	2	4	2	3	3	4	4	4	3	47
8	1	2	2	2	2	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	45
9	1	2	2	3	2	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	46
10	3	4	4	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	4	4	51
11	3	2	4	4	3	2	1	3	2	3	2	2	2	4	4	41
12	2	2	3	4	3	1	1	2	1	1	2	2	2	4	3	33
13	3	3	4	4	3	1	3	3	4	4	3	2	2	4	4	47
14	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	50
15	4	5	5	3	5	3	5	4	4	3	4	4	4	5	5	63
16	4	4	5	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	64
17	4	4	5	3	5	3	5	5	4	4	4	4	3	5	5	63
18	4	4	5	5	5	3	4	4	4	3	4	5	5	5	5	65
19	3	3	5	3	4	2	3	5	2	3	3	3	4	5	4	52
20	4	4	5	3	5	2	4	4	3	3	3	3	3	4	4	54
21	4	4	4	3	5	3	4	5	4	3	3	3	4	5	5	59
22	3	3	4	3	4	3	4	4	5	3	3	4	3	4	5	55
23	4	3	5	5	4	3	4	5	4	3	3	4	3	5	5	60
24	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	64
25	4	4	4	5	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	4	54
26	4	3	5	5	4	3	3	5	3	4	3	3	3	5	4	57
27	4	4	5	5	4	3	3	5	3	4	4	4	4	5	4	61
28	2	3	4	5	5	2	4	4	4	3	4	3	3	4	4	54
29	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	50
30	4	5	5	5	5	3	5	4	4	3	4	4	4	5	5	65
31	4	4	4	2	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	64
32	3	4	5	4	4	4	2	4	5	4	5	3	5	4	4	60
33	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	55
34	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	61
35	1	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	62
36	1	4	4	4	3	3	2	4	4	5	4	5	4	5	4	56

37	1	2	2	4	2	4	4	4	4	3	4	2	4	2	2	44
38	1	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
39	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
40	3	2	4	4	3	2	1	3	4	2	4	4	4	3	3	46
41	2	2	3	4	3	1	1	2	4	2	3	1	3	2	2	35
42	3	3	4	4	3	1	3	3	4	1	2	1	2	1	1	36
43	3	3	4	3	4	3	3	4	4	1	3	3	3	4	2	47
44	4	5	5	5	5	3	5	4	3	3	4	3	4	3	4	60
45	4	4	5	2	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	61
46	4	4	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4	4	4	5	66
47	4	4	5	3	5	3	4	4	5	3	5	5	5	4	4	63
48	3	3	5	2	4	2	3	5	5	3	4	4	4	4	4	55
49	4	4	5	5	5	2	4	4	5	2	5	3	5	2	3	58
50	4	4	4	5	5	3	4	5	5	2	4	4	4	3	3	59
51	3	3	4	5	4	3	4	4	5	3	5	4	5	4	4	60
52	4	3	5	5	4	3	4	5	5	3	4	4	4	5	4	62
53	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	64
54	4	4	4	5	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	58
55	4	3	5	5	4	3	3	5	5	2	4	3	4	3	4	57
56	4	4	5	5	4	3	3	5	5	3	5	3	5	3	4	61
57	2	3	4	5	5	2	4	4	5	3	5	3	5	3	4	57
58	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	5	4	4	56
59	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	59
60	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	2	2	55
61	3	3	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	1	1	40
62	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	4	4	3	3	33
63	1	1	1	1	4	4	4	3	3	4	4	3	4	2	2	41
64	3	3	4	4	3	4	5	2	2	4	4	4	4	2	2	50
65	2	2	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	4	3	3	49
66	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	2	48
67	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	1	2	46
68	3	2	2	3	4	4	5	1	2	2	4	3	4	4	3	46
69	1	2	2	4	3	4	5	4	3	2	4	4	4	3	3	48
70	4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	51
71	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	5	5	5	5	4	57
72	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	65
73	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	3	62
74	4	4	4	3	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	5	60
75	3	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	61
76	3	3	3	5	4	5	3	3	2	2	3	3	4	4	4	51
77	3	4	4	5	4	5	2	2	1	1	2	2	2	2	2	41
78	4	4	4	4	4	4	1	1	3	4	1	1	1	1	1	38
79	3	3	4	4	4	4	3	3	2	4	3	3	4	4	4	52

80	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	4	4	4	38
81	1	1	1	1	4	4	2	2	3	3	2	2	4	4	4	4	38
82	3	3	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	48	
83	2	2	4	4	4	4	3	2	1	2	3	2	2	2	4	41	
84	2	2	4	4	4	4	1	2	4	2	1	2	2	2	4	40	
85	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	3	4	57	
86	3	2	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	54	
87	1	2	2	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	49	
88	4	3	2	4	4	4	5	2	2	3	3	4	4	4	4	52	
89	3	3	3	3	4	4	4	1	1	2	2	2	2	2	2	38	
90	3	4	4	4	5	5	3	3	3	1	1	1	1	1	4	43	
91	5	4	4	5	5	4	3	2	2	3	3	4	4	4	3	55	
92	4	4	4	4	5	5	3	2	2	2	2	4	4	4	4	53	
93	3	4	5	3	5	5	3	3	3	2	2	4	4	4	4	54	
94	3	3	3	5	4	5	3	3	2	3	3	3	3	4	4	51	
95	3	3	3	3	4	4	3	1	2	3	2	2	2	4	4	43	
96	3	3	3	4	5	5	3	4	3	1	2	2	2	4	3	47	
97	3	3	4	2	5	5	3	3	3	4	3	2	2	4	4	50	
98	3	3	4	4	5	5	4	3	4	3	3	3	4	3	4	55	
99	3	4	4	3	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	61	
100	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	61	

2. Hasil Jawaban Kuisisioner Harapan

NO	HARAPAN															JUMLAH
	<i>Bukti Fisik</i>			<i>Kehandalan</i>			<i>Tanggap</i>			<i>Keyakinan</i>			<i>Perhatian</i>			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	
1	5	4	5	3	5	5	3	4	5	5	4	4	3	4	4	63
2	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	64
3	4	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	47
4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	5	3	3	3	4	4	55
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	58
6	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	55
7	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4	57
8	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	55
9	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	55
10	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	57
11	4	3	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	54
12	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	51
13	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	3	53
14	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	56
15	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	70

16	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	72
17	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	5	5	70
18	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	71
19	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	67
20	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	58
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
22	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	5	68
23	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	72
24	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	52
25	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	71
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	73
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	74
28	5	4	5	5	5	5	3	4	5	5	4	4	3	5	5	67
29	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	59
30	5	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	57
31	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	60
32	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	53
33	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	57
34	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	58
35	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	3	58
36	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	56
37	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	58
38	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	55
39	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	57
40	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	56
41	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	56
42	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	65
43	4	3	4	3	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	64
44	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	73
45	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	73
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	74
47	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
48	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	74
49	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	65
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	72
51	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	64
52	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	65
53	4	4	4	4	4	3	3	5	3	3	3	4	3	4	5	56
54	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	63
55	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	5	4	67
56	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	2	4	4	5	65
57	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	65
58	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	52

59	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	3	4	4	5	5	63
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	61
61	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	49
62	4	5	3	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	3	4	57
63	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	58
64	5	4	3	2	4	4	4	5	4	3	2	4	4	4	4	56
65	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	60
66	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	54
67	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	54
68	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	57
69	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	55
70	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	54
71	3	4	3	2	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	4	50
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
73	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	71
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	74
75	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	70
76	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	71
77	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	66
78	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	58
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
80	4	5	4	3	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	5	67
81	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	71
82	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	5	4	4	4	54
83	4	5	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	64
84	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	60
85	5	5	5	4	5	5	3	3	3	4	4	5	3	3	4	61
86	5	5	4	3	5	5	4	5	3	3	4	4	3	3	4	60
87	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	3	3	5	59
88	4	4	4	4	4	4	5	4	3	2	4	5	4	4	4	59
89	3	3	3	4	3	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4	54
90	4	5	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	55
91	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	56
92	5	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	53
93	4	5	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	55
94	4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	4	3	3	3	50
95	4	4	3	3	3	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	53
96	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	61
97	3	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	63
98	4	4	3	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	65
99	3	4	3	2	4	3	5	5	5	3	5	5	4	4	5	60
100	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	65

Lampiran 3

Hasil Jawaban Karakteristik Responden

1. Hasil Jawaban Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis_Kelamin				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki - Laki	73	73.0	73.0	73.0
Perempuan	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

2. Hasil Jawaban Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17 Tahun – 23 Tahun	15	15.0	15.0	15.0
24 Tahun – 30 Tahun	45	45.0	45.0	60.0
31 Tahun – 37 Tahun	22	22.0	22.0	82.0
> 38 tahun	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 4

Hasil Jawaban Responden

1. Hasil Persentase Jawaban Responden Kualitas Pelayanan Berdasarkan Kinerja

K1				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	12	12.0	12.0	12.0
2	10	10.0	10.0	22.0
3	42	42.0	42.0	64.0
4	32	32.0	32.0	96.0
5	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

K2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	18	18.0	18.0	20.0
3	33	33.0	33.0	53.0
4	44	44.0	44.0	97.0
5	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

K3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	12	12.0	12.0	14.0
3	11	11.0	11.0	25.0
4	50	50.0	50.0	75.0
5	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

K4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	7	7.0	7.0	9.0
3	26	26.0	26.0	35.0
4	42	42.0	42.0	77.0
5	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

K5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	6	6.0	6.0	6.0
3	12	12.0	12.0	18.0
4	53	53.0	53.0	71.0
5	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

K6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	4.0	4.0	4.0
2	14	14.0	14.0	18.0
3	23	23.0	23.0	41.0
4	42	42.0	42.0	83.0
5	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

K7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	6.0	6.0	6.0
2	8	8.0	8.0	14.0
3	36	36.0	36.0	50.0
4	34	34.0	34.0	84.0
5	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

K8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	5.0	5.0	5.0
2	13	13.0	13.0	18.0
3	21	21.0	21.0	39.0
4	45	45.0	45.0	84.0
5	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

K9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	5.0	5.0	5.0
2	17	17.0	17.0	22.0
3	24	24.0	24.0	46.0
4	37	37.0	37.0	83.0
5	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

K10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	8	8.0	8.0	8.0
2	19	19.0	19.0	27.0
3	37	37.0	37.0	64.0
4	32	32.0	32.0	96.0
5	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

K11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	5.0	5.0	5.0
2	15	15.0	15.0	20.0
3	26	26.0	26.0	46.0
4	42	42.0	42.0	88.0
5	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

K12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	5.0	5.0	5.0
2	16	16.0	16.0	21.0
3	23	23.0	23.0	44.0
4	47	47.0	47.0	91.0
5	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

K13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3.0	3.0	3.0
2	13	13.0	13.0	16.0
3	11	11.0	11.0	27.0
4	60	60.0	60.0	87.0
5	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

K14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	6.0	6.0	6.0
2	12	12.0	12.0	18.0
3	18	18.0	18.0	36.0
4	43	43.0	43.0	79.0
5	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

K15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3.0	3.0	3.0
2	11	11.0	11.0	14.0
3	14	14.0	14.0	28.0
4	58	58.0	58.0	86.0
5	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

2. Hasil Persentase Jawaban Responden Kualitas Pelayanan Berdasarkan Harapan

H1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	10	10.0	10.0	10.0
4	53	53.0	53.0	63.0
5	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

H2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	14	14.0	14.0	14.0
4	51	51.0	51.0	65.0
5	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

H3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	2	2.0	2.0	3.0
3	28	28.0	28.0	31.0
4	41	41.0	41.0	72.0
5	28	28.0	28.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

H4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	6	6.0	6.0	6.0
3	26	26.0	26.0	32.0
4	42	42.0	42.0	74.0
5	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

H5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	12	12.0	12.0	12.0
4	51	51.0	51.0	63.0
5	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

H6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	11	11.0	11.0	11.0
4	54	54.0	54.0	65.0
5	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

H7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	24	24.0	24.0	24.0
4	47	47.0	47.0	71.0
5	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

H8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	9	9.0	9.0	9.0
4	53	53.0	53.0	62.0
5	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

H9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	18	18.0	18.0	18.0
4	47	47.0	47.0	65.0
5	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

H10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	3.0	3.0	3.0
3	28	28.0	28.0	31.0
4	47	47.0	47.0	78.0
5	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

H11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	3.0	3.0	3.0
3	32	32.0	32.0	35.0
4	42	42.0	42.0	77.0
5	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

H12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.0	1.0	1.0
3	20	20.0	20.0	21.0
4	51	51.0	51.0	72.0
5	28	28.0	28.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

H13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	3.0	3.0	3.0
3	28	28.0	28.0	31.0
4	51	51.0	51.0	82.0
5	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

H14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	16	16.0	16.0	16.0
4	54	54.0	54.0	70.0
5	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

H15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	17	17.0	17.0	17.0
4	51	51.0	51.0	68.0
5	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

K13	Pearson	.48	.69	.29	.38	.34	.23	.29	.23	.32	.27	.57	.56	1	.35	.49	.545**
	Correlation	8**	4**	2	2*	2	0	2	0	6	2	2**	2**		7	0**	
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.118	.037	.064	.222	.117	.222	.079	.145	.001	.001		.053	.006	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K14	Pearson	.70	.28	.64	.78	.83	.72	.78	.65	.67	.78	.77	.71	.35	1	.85	.872**
	Correlation	6**	6	4**	0**	7**	5**	4**	4**	1**	4**	7**	9**	7		0**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.125	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.053		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K15	Pearson	.73	.43	.63	.74	.76	.69	.68	.61	.72	.69	.76	.67	.49	.85	1	.866**
	Correlation	2**	0*	3**	6**	7**	3**	5**	3**	6**	5**	6**	3**	0**	0**		
	Sig. (2-tailed)	.000	.018	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K_TOT AL	Pearson	.84	.56	.82	.80	.93	.84	.84	.83	.76	.84	.89	.76	.54	.87	.86	1
	Correlation	7**	8**	2**	8**	1**	9**	2**	2**	8**	0**	1**	3**	5**	2**	6**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 6

Hasil Uji Reliabilitas

1. Hasil Uji Reliabilitas Berdasarkan Harapan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	15

2. Hasil Uji Reliabilitas Berdasarkan Kinerja

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.957	15