

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data yang merupakan gambaran yang akan digunakan untuk proses selanjutnya yaitu menguji hipotesis. Hal ini dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi responden yang menjadi objek dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain jenis kelamin, usia dan pekerjaan orang tua.

##### 4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, telah dilakukan penelitian terhadap konsumen yang menggunakan aplikasi Ruang Guru berjumlah 100 orang. Untuk mengetahui data jenis kelamin responden, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	54	54,0
2	Perempuan	46	46,0
Total		100	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2021

Dari tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu laki-laki artinya siswa yang menggunakan aplikasi Ruang Guru didominasi oleh jenis kelamin laki-laki sebanyak 54 orang.

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	15 – 16 tahun	12	12,0
2	16 – 17 tahun	51	51,0
3	>17 tahun	37	37,0
Total		100	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia diketahui usia 16-17 tahun menempati tingkat tertinggi artinya siswa yang menggunakan aplikasi Ruang Guru didominasi oleh konsumen yang berusia 16-17 tahun sebanyak 51 orang.

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Pekerjaan Orang tua**

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Karyawan swasta	34	34,0
2	PNS	10	10,0
3	Wiraswasta	25	25,0
4	Ibu Rumah Tangga	13	13,0
5	Karyawan BUMN	4	4,0
6	Petani/Pedagang	14	14,0
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Hasil data diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan orang tua diketahui karyawan swasta menempati tingkat tertinggi artinya siswa yang menggunakan aplikasi Ruang Guru didominasi oleh pekerjaan orang tua sebagai karyawan swasta sebanyak 44 orang.

**Tabel 4.4 Karakteristik Responden Pendapatan Orang tua**

No	Pendapatan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	< Rp. 2.000.000,-	52	52,0
2	Rp. 2.000.000,- s/d Rp. 4.000.000,-	41	41,0
3	Rp. 4.000.000,- s/d Rp. 6.000.000,-	5	5,0
4	Rp. 6.000.000,- s/d Rp. 8.000.000,-	2	2,0
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Hasil data diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan pendapatan orang tua diketahui < Rp. 2.000.000,- menempati tingkat tertinggi artinya siswa yang menggunakan aplikasi Ruang Guru didominasi oleh pendapatan orang tua sebesar < Rp. 2.000.000,- sebanyak 52 orang.

#### 4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban Mengenai kepuasan konsumen atas pelayanan berdasarkan tingkat kepentingan yang disebarkan kepada 100 responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden  
Mengenai kepuasan konsumen berdasarkan kepentingan**

No	Pernyataan	Jawaban
----	------------	---------

		SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Desain website Ruangguru.com sesuai dengan fungsinya	13	13.0	56	56.0	29	29.0	2	2.0	0	0
2	Aplikasi Ruangguru di desain simple dan elegan.	24	24.0	41	41.0	31	31.0	4	4.0	0	0
3	Fitur aplikasi Ruangguru tertata rapi menarik	35	35.0	32	32.0	23	23.0	7	7.0	3	3.0
4	Keahlian <i>customer service</i> dalam menghadapi permasalahan setiap siswa	29	29.0	45	45.0	19	19.0	5	5.0	2	2.0
5	Guru menjelaskan dengan bahasa yang mudah dipahami	25	25.0	43	43.0	31	31.0	0	0	1	1.0
6	Kesediaan dalam membantu kesulitan pelanggan dengan cepat	20	20.0	36	36.0	36	36.0	8	8.0	0	0
7	Menjalin komunikasi dengan konsumen.	20	20.0	42	42.0	32	32.0	5	5.0	1	1.0
8	Aplikasi Ruangguru sigap menanggapi pertanyaan atau keluhan konsumen.	17	17.0	34	34.0	40	40.0	6	6.0	3	3.0
9	Manajemen Aplikasi Ruangguru selalu terbuka menerima keluhan dari konsumen.	21	21.0	36	36.0	36	36.0	7	7.0	0	0
10	Adanya menu untuk siswa berinteraksi dengan guru secara langsung.	23	23.0	37	37.0	32	32.0	2	2.0	1	1.0
11	Terdapat video dan trik cara cepat dalam menyelesaikan soal-	0	0	35	35.0	38	38.0	23	23.0	4	4.0

	soal										
12	Pihak Ruangguru memberikan informasi jelas dan mudah dipahami.	0	0	33	33.0	45	45.0	21	21.0	1	1.0
13	Siswa merasa aman karena diajarkan oleh guru – guru yang hebat	0	0	29	29.0	46	46.0	20	20.0	5	5.0
14	Banyak direkomendasikan oleh guru dan keluarga	0	0	21	21.0	46	46.0	30	30.0	3	3.0
15	Reputasi Aplikasi Ruangguru yang baik	0	0	21	21.0	39	39.0	35	35.0	5	5.0

Sumber : Data diolah pada tahun 2021

Dari tabel 4.4 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 100 responden pernyataan 3 mengenai “Fitur aplikasi Ruangguru tertata rapi menarik” mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 35 orang atau 35,0%, sedangkan pernyataan 11 yang salah satunya mengenai “Terdapat video dan trik cara cepat dalam menyelesaikan soal-soal” mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 0 orang atau 0%.

**Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden  
Mengenai kepuasan konsumen berdasarkan kinerja**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Desain website Ruangguru.com sesuai dengan fungsinya	21	21.0	45	45.0	30	30.0	4	4.0	0	0
2	Aplikasi Ruangguru di desain simple dan elegan.	24	24.0	41	41.0	34	34.0	1	1.0	0	0
3	Fitur aplikasi Ruangguru tertata rapi menarik	11	11.0	52	52.0	32	32.0	3	3.0	2	2.0
4	Keahlian <i>customer service</i> dalam menghadapi permasalahan setiap	19	19.0	55	55.0	26	26.0	0	0	0	0

	siswa										
5	Guru menjelaskan dengan bahasa yang mudah dipahami	11	11.0	53	53.0	32	32.0	4	4.0	0	0
6	Kesediaan dalam membantu kesulitan pelanggan dengan cepat	22	22.0	54	54.0	22	22.0	2	2.0	0	0
7	Menjalin komunikasi dengan konsumen.	8	8.0	41	41.0	48	48.0	2	2.0	1	1.0
8	Aplikasi Ruangguru sigap menanggapi pertanyaan atau keluhan konsumen.	14	14.0	56	56.0	29	29.0	1	1.0	0	0
9	Manajemen Aplikasi Ruangguru selalu terbuka menerima keluhan dari konsumen.	35	35.0	42	42.0	19	19.0	4	4.0	0	0
10	Adanya menu untuk siswa berinteraksi dengan guru secara langsung.	17	17.0	41	41.0	34	34.0	7	7.0	1	1.0
11	Terdapat video dan trik cara cepat dalam menyelesaikan soal-soal	18	18.0	39	39.0	33	33.0	8	8.0	2	2.0
12	Pihak Ruangguru memberikan informasi jelas dan mudah dipahami.	12	12.0	48	48.0	38	38.0	2	2.0	0	0
13	Siswa merasa aman karena diajarkan oleh guru – guru yang hebat	22	22.0	41	41.0	25	25.0	9	9.0	3	3.0
14	Banyak direkomendasikan oleh guru dan keluarga	34	34.0	45	45.0	18	18.0	3	3.0	0	0
15	Reputasi Aplikasi Ruangguru yang baik	18	18.0	47	47.0	33	33.0	2	2.0	0	0

*Sumber : Data diolah pada tahun 2021*

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling direspon adalah pernyataan 9 dengan pernyataan “Manajemen Aplikasi Ruangguru selalu terbuka menerima keluhan dari konsumen mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 35 orang atau 35,0%, sedangkan pernyataan 7 mengenai “Menjalin komunikasi dengan pelanggan” mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 6 orang atau 6,0%.

## 4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

### 4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden di uji dengan uji validitas dan uji realibilitas yang diuji cobakan pada responden. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 20. Hasil pengujian validitas menggunakan kriteria pengujian untuk uji ini adalah apabila  $\text{sig} > 0,05$  (alpha) , maka tidak valid dan apabila  $\text{sig} < 0,05$  (alpha) ,maka valid.

**Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kuesioner**  
**Mengenai kepuasan konsumen berdasarkan kepentingan**

Pernyataan	Sig	Alpha (0.05)	Simpulan
Butir 1	0,011	0,05	Valid
Butir 2	0,000	0,05	Valid
Butir 3	0,001	0,05	Valid
Butir 4	0,010	0,05	Valid
Butir 5	0,000	0,05	Valid
Butir 6	0,000	0,05	Valid
Butir 7	0,007	0,05	Valid
Butir 8	0,005	0,05	Valid
Butir 9	0,000	0,05	Valid
Butir 10	0,000	0,05	Valid
Butir 11	0,000	0,05	Valid
Butir 12	0,001	0,05	Valid
Butir 13	0,010	0,05	Valid
Butir 14	0,000	0,05	Valid
Butir 15	0,000	0,05	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai kepuasan konsumen berdasarkan

kepentingan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai  $Sig < Alpha (0,05)$ . Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai kepuasan konsumen berdasarkan kepentingan dinyatakan valid.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kuesioner**  
**Mengenai kepuasan konsumen berdasarkan kinerja**

<b>Pernyataan</b>	<b><i>Sig</i></b>	<b>Alpha(0.05)</b>	<b>Simpulan</b>
Butir 1	0,009	0,05	Valid
Butir 2	0,001	0,05	Valid
Butir 3	0,000	0,05	Valid
Butir 4	0,006	0,05	Valid
Butir 5	0,006	0,05	Valid
Butir 6	0,000	0,05	Valid
Butir 7	0,032	0,05	Valid
Butir 8	0,026	0,05	Valid
Butir 9	0,000	0,05	Valid
Butir 10	0,003	0,05	Valid
Butir 11	0,000	0,05	Valid
Butir 12	0,012	0,05	Valid
Butir 13	0,000	0,05	Valid
Butir 14	0,000	0,05	Valid
Butir 15	0,001	0,05	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang mengenai mengenai kepuasan konsumen berdasarkan kinerja. Hasil yang didapatkan yaitu nilai  $Sig < alpha (0.05)$ . Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai mengenai kepuasan konsumen berdasarkan kinerja adalah valid.

#### **4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas**

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji realibilitas terhadap masing-masing instrumen variabel mengenai kepuasan konsumen atas pelayanan berdasarkan kepentingan dan kinerja menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program IBM SPSS 20. Hasil uji realibilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.8 Daftar Interpretasi Koefisien**

Koefisien <i>r</i>	Realibilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang / Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

*Sumber : Sugiyono (2008 : 87)*

Berdasarkan tabel 4.8 ketentuan reliable diatas, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut:

**Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Koefisien alpha chronbach	Koefisien r	Simpulan
Konsep Kepentingan	0,745	0,6000 – 0,7999	Tinggi
Konsep Kinerja	0,737	0,6000 – 0,7999	Tinggi

*Sumber : Data diolah pada tahun 2021*

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.9 nilai cronbach's alpha sebesar 0,745 untuk kepuasan konsumen berdasarkan kepentingan dengan tingkat reliabel tinggi. Nilai 0,737 untuk konsep kinerja dengan tingkat reliable tinggi.

### 4.3 Hasil Analisis Data

#### 4.3.1 Importance Performance Analysis (IPA)

Pada analisis tingkat kepuasan siswa yang menggunakan aplikasi Ruang Guru dapat diketahui sampai sejauh mana tingkat kinerja atau pelaksanaan variabel yang dibahas dapat memenuhi kebutuhan atau harapan dari konsumen. Variabel yang dibahas adalah indicator dari pelayanan yaitu : *tangible, reliability, responsiveness, empathy* dan *ansurance*.



**Table 4.10 Hasil Rata-Rata Nilai dari Atribut Kepentingan**

Indikator	Jumlah Skor Jawaban					Total	Rata-rata
	STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)		
T1	0	2	29	56	13	380	3.80
T2	0	4	31	41	24	385	3.85
T3	3	7	23	32	35	389	3.89
R1	2	5	19	45	29	394	3.94
R2	1	0	31	43	25	391	3.91
R3	0	8	36	36	20	368	3.68
RES1	1	5	32	42	20	375	3.75
RES2	3	6	40	34	17	356	3.56
E1	0	7	36	36	21	371	3.71
E2	1	2	32	37	23	364	3.64
E3	4	23	38	35	0	304	3.04
E4	1	21	45	33	0	310	3.10
A1	5	20	46	29	0	299	2.99
A2	3	30	46	21	0	285	2.85
A3	5	35	39	21	0	276	2.76
<b>Total Rata-rata</b>						<b>52.47</b>	<b>3.50</b>

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 hasil analisis dari 100 konsumen, nilai rata-rata tertinggi atribut kepentingan pada indikator *reliability* sebesar 3,94 hal ini disebabkan karena konsumen merasa bahwa indikator *reliability* merupakan hal yang sangat penting, karena memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan dapat membuat konsumen yakin pelayanan yang akan diberikan oleh perusahaan akan terlaksana sesuai dengan yang dijanjikan.

**Table 4.12 Hasil Rata-Rata Nilai dari Atribut Kinerja**

Indikator	Jumlah Skor Jawaban					Total	Rata-rata
	STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)		
T1	0	4	30	45	21	383	3.83
T2	0	1	34	41	24	388	3.88
T3	2	3	32	52	11	367	3.67
R1	0	0	26	55	19	393	3.93
R2	0	4	32	53	11	371	3.71
R3	0	2	22	54	22	396	3.96
RES1	1	2	48	41	8	353	3.53

RES2	0	1	29	56	14	383	3.83
E1	0	4	19	42	35	408	4.08
E2	1	7	34	41	17	366	3.66
E3	2	8	33	39	18	363	3.63
E4	0	2	38	48	12	370	3.70
A1	3	9	25	41	22	370	3.70
A2	0	3	18	45	34	410	4.10
A3	0	2	33	47	18	381	3.81
<b>Total Rata-rata</b>						<b>57.02</b>	<b>3.80</b>

Sumber: Data diolah,2021

Berdasarkan tabel 4.12 hasil analisis dari 100 konsumen, nilai rata-rata tertinggi atribut kinerja pada indikator *ansurance* sebesar 4,10 hal ini menunjukkan bahwa kinerja dari indikator *ansurance* merupakan hal yang sangat baik, karena dengan memberikan jaminan kepada konsumen dapat membantu mengurangi masalah kepercayaan yang dihadapi oleh konsumen sehingga konsumen merasa senang jika merasa aman.

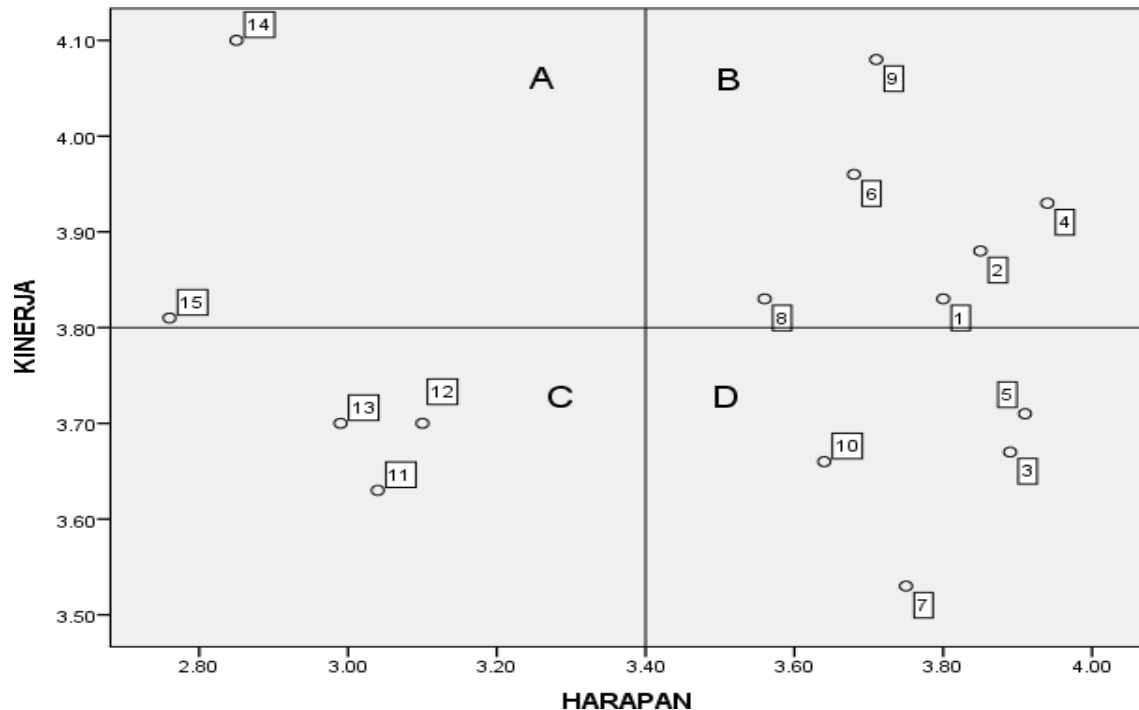
Setelah mendapatkan nilai rata-rata tingkat harapan dan tingkat kinerja masing-masing variabel, langkah selanjutnya adalah memplotkan nilai-nilai tersebut ke dalam diagram kartesius. Berikut ini merupakan skor rata-rata tingkat harapan dan kinerja secara keseluruhan.

**Tabel 4.13 Skor Rata-Rata Secara Keseluruhan**

Indikator	Rata – Rata		Gap/Kesenjangan	
	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja
T1	3,80	3,83	3,85	3,79
T2	3,85	3,88		
T3	3,89	3,67		
R1	3,94	3,93	3,84	3,87
R2	3,91	3,71		
R3	3,68	3,96		
RES1	3,75	3,53	3,66	3,68
RES2	3,56	3,83		
E1	3,71	4,08	3,37	3,77
E2	3,64	3,66		
E3	3,04	3,63		
E4	3,10	3,70		
A1	2,99	3,70	2,87	3,87
A2	2,85	4,10		
A3	2,76	3,81		
<b>Rata-rata</b>	<b>3,50</b>	<b>3,80</b>	<b>3,50</b>	<b>3,80</b>

Sumber: Data diolah,2021

Penempatan posisi masing-masing dapat dilihat pada diagram kartesius. Diagram kartesius dibagi menjadi empat kuadran dengan garis tengah pembagi berdasarkan nilai



rata-rata tingkat kinerja (Y) yaitu sebesar 3,80 dan nilai rata-rata tingkat harapan (X) yaitu sebesar 3,50.

Sumber: Data diolah, 2021

#### 1) Kuadran A

Variabel-variabel pada kuadran A perlu mendapat prioritas utama untuk ditangani terlebih dahulu. Atribut-atribut inilah yang dinilai sangat penting oleh pengguna aplikasi Ruang Guru tetapi tingkat pelayanan yang diberikan masih belum memuaskan. Dimensi pada kuadran ini adalah *assurance*. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- Banyak direkomendasikan oleh guru dan keluarga (14) (*assurance*).
- Reputasi Aplikasi Ruangguru yang baik (15) (*assurance*).

#### 2) Kuadran B

Atribut atau indikator yang berada di kuadran ini harus bias dipertahankan oleh aplikasi Ruang Guru, karena tingkat pelaksanaannya atau kualitas pelayanan yang diberikan sudah

sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen pengguna aplikasi Ruang Guru maka pihak aplikasi Ruang Guru harus dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah ada.

Dimensi pada kuadran ini adalah *tangible*, *reliability* dan *responsivness*. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- a. Desain website Ruangguru.com sesuai dengan fungsinya (1) (*tangible*)
- b. Aplikasi Ruangguru di desain simple dan elegan (2) (*tangible*)
- c. Keahlian *customer service* dalam menghadapi permasalahan setiap siswa (4) (*reliability*)
- d. Ketersediaan dalam membantu kesulitan pelanggan dengan cepat (6) (*reliability*)
- e. Aplikasi Ruangguru sigap menanggapi pertanyaan atau keluhan konsumen (8) (*responsiveness*)
- f. Manajemen Aplikasi Ruangguru selalu terbuka menerima keluhan dari konsumen (9) (*responsiveness*).

Dimensi pada kuadran ini adalah *tangible*, *reliability* dan *responsivness*. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- g. Desain website Ruangguru.com sesuai dengan fungsinya (1) (*tangible*)
- h. Aplikasi Ruangguru di desain simple dan elegan (2) (*tangible*)
- i. Keahlian *customer service* dalam menghadapi permasalahan setiap siswa (4) (*reliability*)
- j. Ketersediaan dalam membantu kesulitan pelanggan dengan cepat (6) (*reliability*)
- k. Aplikasi Ruangguru sigap menanggapi pertanyaan atau keluhan konsumen (8) (*responsiveness*)
- l. Manajemen Aplikasi Ruangguru selalu terbuka menerima keluhan dari konsumen (9) (*responsiveness*).

### 3) Kuadran C

Menunjukkan bahwa atribut atau indikator yang berada di kuadran ini dinilai kurang penting atau berprioritas rendah oleh konsumen pengguna aplikasi Ruang Guru, tetapi tingkat pelayanan yang diberikan sudah cukup baik. Dimensi pada kuadran ini adalah *emphaty* dan *assurance*. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- a. Terdapat video dan trik cara cepat dalam menyelesaikan soal-soal (11) (*emphaty*)
- b. Pihak Ruangguru memberikan informasi jelas dan mudah dipahami (12) (*emphaty*)

c. Siswa merasa aman karena diajarkan oleh guru – guru yang hebat (13) (*assurance*).

#### 4) Kuadran D

Atribut atau indikator yang berada di kuadran ini dinilai tidak penting oleh konsumen pengguna aplikasi Ruang Guru, tetapi perusahaan memberikan pelayanan yang lebih dan memuaskan sehingga dianggap berlebihan oleh konsumen. Dimensi pada kuadran ini adalah *tangible*, *reliability*, *responsivness* dan *emphaty*. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- Fitur aplikasi Ruangguru tertata rapi menarik (3) (*tangible*)
- Guru menjelaskan dengan bahasa yang mudah dipahami (5) (*reliability*)
- Menjalin komunikasi dengan konsumen (7) (*responsiveness*)
- Adanya menu untuk siswa berinteraksi dengan guru secara langsung (10) (*emphaty*).

### 4.3.2 Customer Satisfaction Index (CSI)

Perhitungan dalam *customer satisfaction index* mempertimbangkan nilai kepentingan suatu atribut dalam menentukan tingkat kepuasan atribut tersebut yang nantinya akan berpengaruh pada tingkat kepuasan siswa yang menggunakan aplikasi Ruang Guru. Perhitungan *customer satisfaction index* ini diperoleh melalui nilai rata-rata pada tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang disesuaikan dengan bobot masing-masing kepentingan

**Tabel 4.14**  
**Perhitungan Customer Satisfaction Index**

No.	Atribut	Kepentingan mean importance score	weighted faktors	Kinerja mean satisfaction score	weighted score
1	<i>Tangible</i>	3.85	0.22	3.79	0.83
2	<i>Reliability</i>	3.84	0.22	3.87	0.85
3	<i>Ressponsivness</i>	3.67	0.21	3.81	0.80
4	<i>Emphaty</i>	3.26	0.19	3.66	0.68
5	<i>Assurance</i>	2.87	0.16	3.87	0.64
		<b>17.49</b>	<b>Weighted Average</b>		<b>3.80</b>

Sumber: Data diolah, 2021

Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI) yaitu :

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

Dimana:

p = Atribut kepentingan ke p

HS = ( Highest Scale )Skala maksimum yang digunakan (skala 5)

$$CSI = \frac{Weigh\ t\ Average}{High\ est\ Scale} \times 100\% = \frac{3,80}{5} \times 100\% = \boxed{76,02}$$

**Tabel 4.15**  
**Kriteria *Customer Satisfaction Index***

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81 - 1,00	Sangat Puas
0,66 - 0,80	Puas
0,51 - 0,65	Cukup Puas
0,35 - 0,50	Kurang puas
0,00 - 0,34	Tidak Puas

Sumber: Panduan Survey Kepuasan Konsumen (Suhadi, 2010).

Berdasarkan hasil penelitian kepuasan siswa yang menggunakan aplikasi Ruang Guru dapat diketahui bahwa nilai *customer satisfaction index* (CSI) adalah sebesar 76,02% atau 0,7602, Jika didasarkan pada indeks kepuasan konsumen maka nilai 0,7602, berada pada range 0,66 – 0,80. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum indek kepuasan siswa yang menggunakan aplikasi Ruang Guru untuk atribut-atribut yang diuji adalah pada kriteria Puas.

#### 4.4. Pembahasan

##### 4.4.1 Pembahasan *Importance Performance Analysis*

Hasil *Importance Performance Analysis* menunjukan atribut yang harus diprioritaskan yaitu mengenai banyak direkomendasikan oleh guru dan keluarga dan reputasi aplikasi ruangguru yang baik. Sedangkan untuk atribut yang harus tetap dipertahankan oleh aplikasi Ruang Guru adala desain website ruangguru.com sesuai dengan fungsinya, aplikasi ruangguru di desain simple dan elegan, keahlian *customer service* dalam menghadapi permasalahan setiap siswa, kesediaan dalam membantu kesulitan pelanggan dengan cepat, aplikasi ruangguru sigap menanggapi pertanyaan atau keluhan

konsumen dan manajemen aplikasi ruangguru selalu terbuka menerima keluhan dari konsumen.

Atribut yang prioritas rendah mengenai terdapat video dan trik cara cepat dalam menyelesaikan soal-soal, pihak ruangguru memberikan informasi jelas dan mudah dipahami dan siswa merasa aman karena diajarkan oleh guru – guru yang hebat. Sedangkan untuk atribut yang berlebihan yaitu Fitur aplikasi Ruangguru tertata rapi menarik, Guru menjelaskan dengan bahasa yang mudah dipahami, menjalin komunikasi dengan konsumen dan adanya menu untuk siswa berinteraksi dengan guru secara langsung. Untuk itu diperlukan perbaikan terkait pelayanan jasa karena menurut Fandy Tjiptono (2014) mendefinisikan kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dalam pengendaliannya atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Fandy Tjiptono (2014) mendefinisikan bahwa konsumen menilai kualitas jasa melalui lima komponen sebagai berikut : 1. Keandalan (*reliability*) yaitu Kemampuan menyelenggarakan jasa dengan dapat diandalkan, akurat dan konsisten. Keterandalan memberikan pelayanan tepat pada saat pertama kali. Komponen ini dianggap terpenting bagi konsumen. 2. Bukti Fisik (*tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawai. 3. Cepat tanggap (*responsiveness*) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. 4. Kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan untuk menjaga kepercayaan. Karyawan yang berkeahlian memperlakukan konsumen dengan hormat serta membuat mereka merasa bahwa mereka dapat mempercayai kepastian seperti ditunjukkan perusahaan dan 5. Perhatian (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami

kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

#### 4.4.2 Pembahasan *Customer Satisfaction Index*

Kristianto (2011) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pertemuan antara kedua kepentingan ini akan menentukan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen pada suatu produk. Kepercayaan konsumen merupakan hal yang ingin didapat oleh berbagai perusahaan dari para konsumennya. Kepercayaan akan sikap terhadap merek, kualitas layanan, dan masih banyak lagi kepercayaan yang lain yang menjadi motivasi dari perusahaan untuk mengembangkan produknya. Namun, kepercayaan konsumen bukan hal yang mudah untuk kita dapatkan serta menanamkan pemikiran yang positif pada kognitif konsumen bukan hal yang gampang.

Berdasarkan nilai keyakinan kepuasan konsumen yang sangat penting ada pada atribut *reliability*. Sedangkan nilai kinerja kepuasan konsumen yang sangat penting ada pada atribut *assurance*. Nilai kepuasan konsumen dengan model *customer satisfaction index* (CSI) pada siswa yang menggunakan aplikasi Ruang Guru adalah sebesar 76,02% atau 0,7602. Jika didasarkan pada indeks kepuasan konsumen maka nilai 0,7602, berada pada range 0,66 – 0,80. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum indeks kepuasan siswa yang menggunakan aplikasi Ruang Guru untuk atribut-atribut yang diuji adalah pada kriteria Puas.

Konsumen akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan indikator berikut ini: (a) *Reliability* (Keandalan), pelayanan dikatakan tinggi jika kemampuan memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. (b) *Responsiveness* (Daya tanggap), para karyawan berkenaan senantiasa bersedia dan mampu untuk membantu para konsumen dan merespons permintaan konsumen, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. (c) *Assurance* (*jaminan*), pelayanan jasa dikatakan tinggi jika perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan dapat menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. (d) *Empaty* (perhatian), pelayanan jasa dikatakan tinggi jika penyedia jasa dapat memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen. (e) *Tangibels* (bukti langsung), pelayanan jasa



dikatkan baik jika daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan juga baik. Masing-masing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Tjiptono dalam Haerul, 2012).