

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 jenis pekerjaan.

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, telah dilakukan penelitian terhadap konsumen yang menggunakan jasa pelayanan PT.Bunda Asri Lestari Bandar Lampung berjumlah 92 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	41	44,6
2	Perempuan	51	55,4
Total		92	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Dari tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu perempuan artinya konsumen yang menggunakan jasa pelayanan PT.Bunda Asri Lestari Bandar Lampung didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 51 orang.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	20-29	4	4,3
2	30-39	7	7,6
3	40-49	50	54,3
4	>50	31	33,7
Total		92	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia diketahui usia 41–50 tahun menempati tingkat tertinggi artinya konsumen yang menggunakan jasa PT.Bunda Asri Lestari Bandar Lampung didominasi oleh konsumen yang berusia 41–50 tahun sebanyak 50 orang.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	PNS	31	33,7
2	TNI	8	8,7
3	POLRI	10	10,9
4	Dokter	7	7,6
5	Guru	7	7,6
6	Karyawan	10	10,9
7	Wirausaha	14	15,2
8	Petani	4	4,3
9	Mahasiswa	0	0
10	Lainnya	1	1,0
Total		92	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan diketahui PNS menempati tingkat tertinggi artinya konsumen yang menggunakan jasa PT.Bunda Asri Lestari BandarLampungsedikit didominasi oleh PNSsebanyak 31 orang.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban Mengenai kepuasan konsumen atas pelayanan berdasarkan tingkat kepentingan yang disebarkan kepada 92 responden adalah sebagai berikut:

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

No	Pernyataan								
		P		CP		TP		STP	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Karyawan berpakaian rapi	46	50.0	26	28.3	3	3.3	3	3.3
2	Fasilitas ruang tunggu yang luas	37	40.2	23	25.0	2	2.2	0	0
3	Suasana lingkungan kantor bersih dan nyaman.	34	37.0	31	33.7	9	9.8	1	1.1
4	Pelayanan customer service cepat tanpa keraguan.	32	34.8	33	35.9	12	13.0	2	2.2
5	Perusahaan selalu menepati semua janji.	32	34.8	34	37.0	7	7.6	1	1.1
6	Perusahaan tidak pilih kasih dalam memberikan pelayanan	28	30.4	27	29.3	5	6.4	1	1.1
7	Manajemen dan karyawan selalu terbuka menerima keluhan dari jamaah.	31	33.7	31	33.7	7	7.6	1	1.1
8	Pihak perusahaan mencari tahu apa yang dibutuhkan oleh konsumen.	34	37.0	34	37.0	11	12.0	2	2.2
9	Karyawan memberikan perhatian khusus pada setiap konsumen	34	37.0	35	38.0	10	10.9	1	1.1
10	Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat.	46	50.0	31	33.7	11	12.0	0	0
11	Karyawan sigap menanggapi keluhan konsumen.	36	39.1	38	41.3	14	15.2	2	2.2
12	Memberikan pengarahan yang jelas terhadap jamaah	31	33.7	43	46.7	10	10.9	2	2.2

13	Tepat waktu saat keberangkatan sesuai dengan yang di janjikan	31	33.7	36	39.1	13	14.1	0	0
14	Merasa aman saat transaksi dengan karyawan	55	59.8	27	29.3	1	1.1	0	0
15	Merasa aman dalam melaksanakan ibadah di tanah suci	38	41.3	22	23.9	5	5.4	0	0

Sumber : Data diolah pada tahun 2017

Dari tabel 4.4 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 92 responden pernyataan 14 mengenai “Merasa aman saat transaksi dengan karyawan” mendapat respon tertinggi dengan jawaban setuju yaitu sebanyak 55 orang atau 59,8%, sedangkan pernyataan 6 yang mengenai “Perusahaan tidak pilih kasih dalam memberikan pelayanan” mendapat respon terendah dengan jawaban setuju yaitu sebanyak 28 orang atau 30,4%.

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

No	Pernyataan	P		CP		TP		STP	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Karyawan berpakaian rapi	36	39.1	19	20.7	1	1.1	0	0
2	Fasilitas ruang tunggu yang luas	38	41.3	19	20.7	3	3.3	2	2.2
3	Suasana lingkungan kantor bersih dan nyaman.	37	40.2	32	34.8	2	2.2	0	0
4	Pelayanan customer service cepat tanpa keraguan.	32	34.8	23	25.0	8	8.7	0	0
5	Perusahaan selalu menepati semua janji.	38	41.3	31	33.7	10	10.9	4	4.3
6	Perusahaan tidak pilih kasih dalam	45	48.9	25	27.2	2	2.2	0	0

	memberikan pelayanan								
7	Manajemen dan karyawan selalu terbuka menerima keluhan dari jamaah.	36	39.1	30	32.6	6	6.5	0	0
8	Pihak perusahaan mencari tahu apa yang dibutuhkan oleh konsumen.	39	42.4	18	19.6	4	4.3	0	0
9	Karyawan memberikan perhatian khusus pada setiap konsumen	32	34.8	30	32.6	7	7.6	0	0
10	Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat.	38	41.3	28	30.4	4	4.3	1	1.1
11	Karyawan sigap menanggapi keluhan konsumen.	36	39.1	40	43.5	6	6.5	3	3.3
12	Memberikan pengarahan yang jelas terhadap jamaah	40	43.5	35	38.0	7	7.6	0	0
13	Tepat waktu saat keberangkatan sesuai dengan yang di janjikan	41	44.6	28	30.4	6	6.5	0	0
14	Merasa aman saat transaksi dengan karyawan	37	40.2	31	33.7	10	10.9	4	4.3
15	Merasa aman dalam melaksanakan ibadah di tanah suci	31	33.7	38	41.3	7	7.6	3	3.3

Sumber : Data diolah pada tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling direspon adalah pernyataan 6 dengan pernyataan “Perusahaan tidak pilih kasih dalam memberikan pelayanan” mendapat respon tertinggi dengan jawaban setuju yaitu sebanyak 45 orang atau 48,9%, sedangkan pernyataan 15 mengenai “Merasa aman dalam melaksanakan ibadah di tanah suci” mendapat respon terendah dengan jawaban setuju yaitu sebanyak 31 orang atau 33,7%.

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 atas pelayanan 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 2017

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai kepuasan konsumen atas pelayanan berdasarkan kepentingan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $\text{Sig} < \text{Alpha}(0,05)$. Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai kepuasan konsumen atas pelayanan berdasarkan kepentingan dinyatakan valid.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kuesioner
Mengenai kepuasan konsumen atas pelayanan berdasarkan kinerja

Pernyataan	Sig	Alpha(0.05)	Simpulan
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 2017

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

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji reliabilitas 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 reliabilitas 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 <i>r</i>	Simpulan
Konsep Kepentingan	0,899	0,8000 – 1,000	Sangat Tinggi
Konsep Kinerja	0,786	0,6000 – 0,7999	Tinggi

Sumber : Data diolah pada tahun 2017

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.9 nilai cronbach's alpha sebesar 0,899 nilai untuk kepuasan konsumen atas pelayanan berdasarkan kepentingandengan tingkat reliabel sangat tinggi. Nilai 0,786 untuk konsep kinerja dengan tingkat reliabel tinggi.

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Importance Performance Analysis (IPA)

Pada analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa PT. Bunda Asri Lestari Bandar Lampung dapat diketahui sampai sejauh mana tingkat kinerja atau pelaksaannya variabel yang dibahas dapat memenuhi kebutuhan atau harapan dari konsumen. Variabel yang dibahas adalah indikator dari pelayanan yaitu: *tangible*, *reliability*, *emphaty*, *responsiveness*, dan *ansurance*. Langkah untuk mencari nilai rata-rata setiap atribut yaitu didapatkan dari nilai / jawaban responden dari setiap indikator dikalikan dengan nilai dari skala likert : STS (1), TS (2), N (3), S (4) dan SS (5).

Kemudian hasil perkalian jawaban responden dengan skor dari tiap skala dijumlahkan dan kemudian dibagi dengan banyaknya sampel dalam penelitian sehingga didapatkan nilai rata-rata untuk variabel kepentingan.

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	8	12	35	28	9	294	3.20
T2	4	5	33	30	20	361	3.92
T3	9	15	31	27	10	290	3.15
R1	7	15	36	24	10	291	3.16
R2	9	12	34	25	12	295	3.36
R3	4	10	35	28	15	316	3.43
E1	10	7	31	29	15	308	3.35
E2	9	11	34	27	11	296	3.22
E3	8	12	32	28	12	316	3.43
RES1	8	11	35	30	8	295	3.21
RES2	7	14	37	25	9	291	3.16
RES3	9	10	38	28	7	290	3.39
A1	9	13	35	23	12	308	3.35
A2	7	11	28	35	11	308	3.35
A3	8	10	23	31	20	321	3.49
Total Rata-rata						49.61	3.34

Sumber: Data diolah, 2017.

Berdasarkan tabel 4.10 hasil analisis dari 92 konsumen. Nilai tertinggi atribut kepentingan pada indikator *tangible* sebesar 3,92. hal ini disebabkan karena konsumen merasa bahwa indikator *tangible* merupakan hal yang sangat penting, karena penampilan/kemampuan, sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat di andalkan merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Table 4.11 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	8	15	38	21	10	286	3.11
T2	7	12	35	24	14	351	3.82
T3	5	13	34	21	19	312	3.39
R1	7	11	39	23	12	298	3.24
R2	4	10	38	31	9	307	3.34
R3	8	14	27	25	18	307	3.34
E1	5	18	36	20	13	294	3.20
E2	9	13	38	21	11	288	3.13
E3	6	8	41	25	12	299	3.25
RES1	7	10	39	24	12	300	3.26
RES2	8	13	36	24	11	293	3.18
RES3	8	13	39	20	12	291	3.16
A1	9	12	41	19	11	287	3.12
A2	9	18	35	20	10	280	3.04
A3	8	13	38	23	10	290	3.15
Total Rata-rata						48.73	3.25

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.11 hasil analisis dari 92 konsumen, nilai rata-rata tertinggi atribut kinerja pada indikator *tangible* sebesar 3,82 hal ini disebabkan karena konsumen merasa bahwa indikator *tangible* merupakan hal yang sangat penting, karena penampilan/kemampuan, sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat di andalkan merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

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

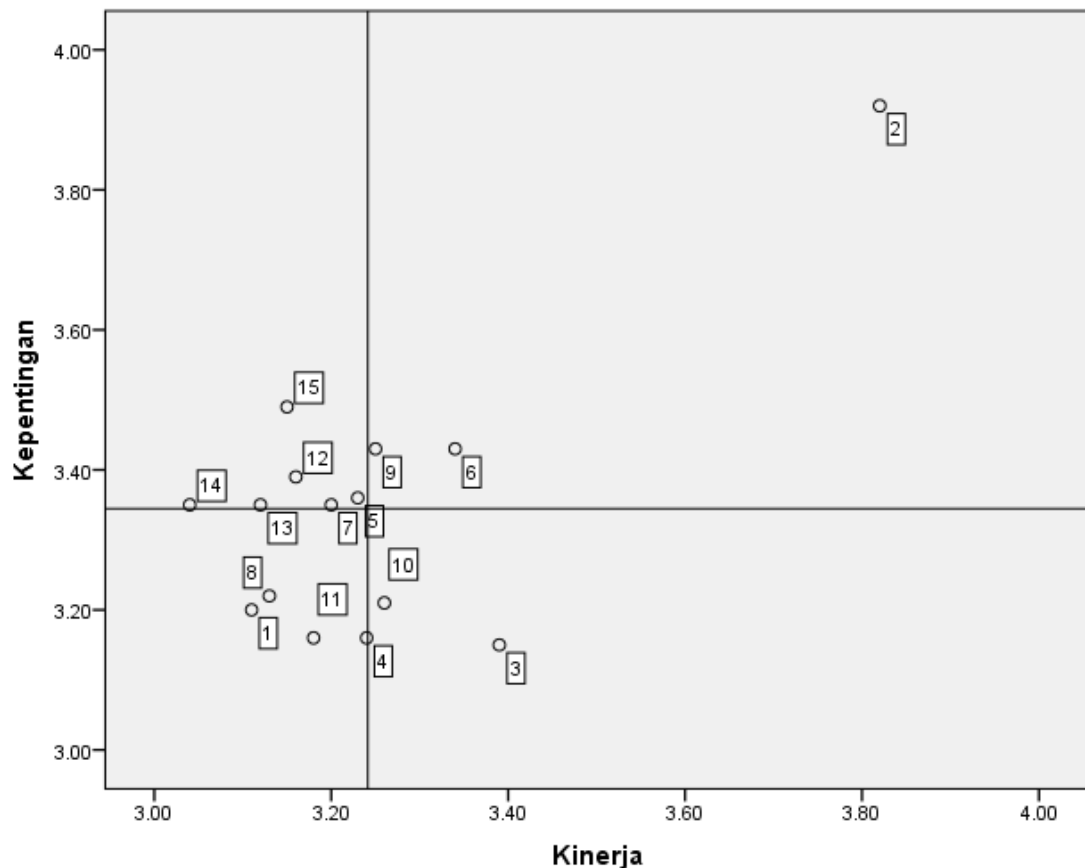
Tabel 4.12 Skor Rata-Rata Secara Keseluruhan

Indikator	Rata – Rata	
	Kepentingan	Kinerja
T1	3.20	3.11
T2	3.92	3.82
T3	3.15	3.39
R1	3.16	3.24
R2	3.36	3.34
R3	3.43	3.34
E1	3.35	3.20
E2	3.22	3.13
E3	3.43	3.25
RES1	3.21	3.26
RES2	3.16	3.18
RES3	3.39	3.16
A1	3.35	3.12
A2	3.35	3.04
A3	3.49	3.15
Rata-rata	3.34	3.25

Sumber: Data diolah, 2017

Penempatan posisi masing-masing dapat dilihat pada diagram kartesius. Diagram kartesius dibagi menjadi empat kuadran dengan garis tengah pembagi berdasarkan nilai rata-rata tingkat kepentingan (Y) yaitu sebesar 3,34 dan nilai total rata-rata tingkat kinerja (X) yaitu sebesar 3,25.

Gambar 4.1 Diagram Kartesius



Sumber: Data diolah, 2017

1) Kuadran A

Variabel-variabel pada kuadran A perlu mendapat prioritas utama untuk ditangani terlebih dahulu. Atribut-atribut inilah yang dinilai sangat penting oleh konsumen jasa PT Bunda Asri Lestari Bandar Lampung tetapi tingkat pelayanan yang diberikan masih belum memuaskan. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- a. Merasa aman dalam melaksanakan ibadah di tanah suci(15)
- b. Memberikan pengarahan yang jelas terhadap jamaah(12).
- c. Perusahaan selalu menepati semua janji (5)
- d. Aman transaksinya dengan karyawan(14)
- e. Jaminan ketepatan waktu keberangkatan (13).
- f. Manajemen dan Karyawan selalu terbuka menerima keluhan dari karyawan (7)

2) Kuadran B

Atribut atau indikator yang berada di kuadran ini harus bias dipertahankan oleh jasa PT Bunda Asri Lestari Bandar Lampung, karena tingkat pelaksanaannya atau kualitas pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen jasa PT Bunda Asri Lestari Bandar Lampung maka jasa PT Bunda Asri Lestari Bandar Lampung harus dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah ada. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- a. Fasilitas ruang tunggu yang luas (2)
- b. Perusahaan tidak pilih kasih dalam memberikan pelayanan (6)
- c. Karyawan memberikan perhatian khusus pada setiap konsumen (9)

3) Kuadran C

Menunjukkan bahwa atribut atau indikator yang berada di kuadran ini dinilai kurang penting atau berprioritas rendah oleh konsumen oleh jasa PT Bunda Asri Lestari Bandar Lampung, tetapi tingkat pelayanan yang diberikan baik. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- a. Karyawan sigap menanggapi keluhan konsumenn (11)
- b. Karyawan berpakaian rapi (1)
- c. Pihak perusahaan mencari tahu apa yang dibutuhkan oleh konsumen (8)
- d. Pelayanan customer service cepat tanpa keraguan (4)

4) Kuadran D

Atribut atau indikator yang berada di kuadran ini dinilai tidak penting oleh konsumen jasa PT Bunda Asri Lestari Bandar Lampung, tetapi perusahaan memberikan pelayanan yang lebih dan memuaskan sehingga dianggap berlebihan oleh konsumen.

- a. Suasana lingkungan kantor bersih dan nyaman (3)
- b. Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat (10).

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 yang menggunakan jasa PT Bunda Asri Lestari Bandar Lampung. Untuk mengukur nilai kepuasan konsumen atas pelayanan PT Bunda Asri Lestari Bandar Lampung menggunakan formula *Customer Satisfaction Index (CSI)*, adalah sebagai berikut:

1. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)*.

Nilai ini berasal dari rata-rata tingkat kepentingan tiap konsumen :

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

Dimana :

n = jumlah konsumen

Y_i = Nilai Kepentingan Atribut X ke-I

Besarnya jumlah responden yang diambil adalah sebanyak 92 konsumen.

Dari setiap komponen butir pertanyaan akan diberi skor dengan skala 1 – 5 dimana:

1 = Sangat Tidak Penting	1 = Sangat Tidak Puas
2 = Tidak Penting	2 = Tidak Puas
3 = Cukup Penting	3 = Cukup Puas
4 = Penting	4 = Puas
5 = Sangat Penting	5 = Sangat Puas

Tabel 4.13 Mean Importance Score (MIS) Kepentingan

	Jumlah Skor Jawaban						Rata-rata
Indikator	STP(1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)	Total	
T1	8	12	35	28	9	294	3.20
T2	4	5	33	30	20	361	3.92
T3	9	15	31	27	10	290	3.15
R1	7	15	36	24	10	291	3.16
R2	9	12	34	25	12	295	3.36
R3	4	10	35	28	15	316	3.43
E1	10	7	31	29	15	308	3.35
E2	9	11	34	27	11	296	3.22
E3	8	12	32	28	12	316	3.43
RES1	8	11	35	30	8	295	3.21
RES2	7	14	37	25	9	291	3.16
RES3	9	10	38	28	7	290	3.39
A1	9	13	35	23	12	308	3.35
A2	7	11	28	35	11	308	3.35
A3	8	10	23	31	20	321	3.49
Total Rata-rata						49.61	3.34

Sumber: Data diolah, 2017

Tabel 4.14 Mean Importance Score (MIS) Kinerja

	Jumlah Skor Jawaban						Rata-rata
Indikator	STP(1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)	Total	
T1	8	15	38	21	10	286	3.11
T2	7	12	35	24	14	351	3.82
T3	5	13	34	21	19	312	3.39
R1	7	11	39	23	12	298	3.24
R2	4	10	38	31	9	307	3.34
R3	8	14	27	25	18	307	3.34
E1	5	18	36	20	13	294	3.20
E2	9	13	38	21	11	288	3.13
E3	6	8	41	25	12	299	3.25
RES1	7	10	39	24	12	300	3.26
RES2	8	13	36	24	11	293	3.18

RES3	8	13	39	20	12	291	3.16
A1	9	12	41	19	11	287	3.12
A2	9	18	35	20	10	280	3.04
A3	8	13	38	23	10	290	3.15
Total Rata-rata						48.73	3.25

Sumber: Data diolah, 2017

1. Membuat *Weight Factors* (WF) :

Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

Dimana:

p = Atribut kepentingan ke p

Tabel 4.15 Skor *Weight Factors*

Indikator	Kepentingan	Rata – Rata	Weigh Faktor	Kinerja	Rata – Rata
T1	3.20			3.11	
T2	3.92			3.82	
T3	3.15	3.42	0.21	3.39	3.44
R1	3.16			3.24	
R2	3.36			3.34	
R3	3.43	3.27	0.20	3.34	3.30
E1	3.35			3.20	
E2	3.22			3.13	
E3	3.43	3.33	0.20	3.25	3.19
RES1	3.21			3.26	
RES2	3.16			3.18	
RES3	3.39	3.17	0.19	3.16	3.20
A1	3.35			3.12	
A2	3.35			3.04	
A3	3.49	3.34	0.20	3.15	3.11
Total		16.54			

Sumber: Data diolah, 2017

2. Membuat *Weight Score* (WS).

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

$$WS_i = WFi \times MSS_i$$

Tabel 4.16
Perhitungan *Weight Score*

No.	Atribut	Kepentingan		Kinerja	
		mean importance score	weighted faktors	mean satisfaction score	weighted score
1	<i>Tangible</i>	3.42	0.21	3.44	0.71
2	<i>Reliability</i>	3.27	0.20	3.30	0.65
3	<i>Emphaty</i>	3.33	0.20	3.19	0.64
4	<i>Ressponsivness</i>	3.17	0.19	3.20	0.61
5	<i>Assurance</i>	3.34	0.20	3.11	0.63
		16.54	Weighted Average		3.25

3. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI) yaitu :

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

Dimana:

p = Atribut kepentingan ke p

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

$$CSI = \frac{WeightAverage}{Highest Scale} \times 100\% = \frac{3,25}{5} \times 100\% = \boxed{0,65}$$

Tabel 4.17
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 konsumen atas PT Bunda Asri Lestari Bandar Lampung dapat diketahui bahwa nilai *customer satisfaction index* (CSI) adalah sebesar 65,06% atau 0,65. Jika didasar kanpada indeks kepuasan konsumen maka nilai 0,65 berada pada range 0,51 –0,65. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum indek kepuasan konsumen atas pelayanan jasa PT Bunda Asri Lestari Bandar Lampung untuk atribut-atribut yang diuji adalah pada kriteria cukup puas.

4.4. Pembahasan

Hasil *Importance Performance Analysis* menunjukan atribut yang harus diprioritaskan yaitu mengenai keamanan, sedangkan untuk atribut yang harus tetap dipertahankan oleh PT Bunda Asri Lestari Bandar Lampung adalah karyawan tampil rapih, ruangan yang luas dan pelayanan. Atribut yang prioritas rendah mengenai janji, karyawan yang sigap dan ketepatan waktu. Sedangkan untuk atribut yang berlebihan yaitu lingkungan kantor bersih dan nyaman, pelayanan *costumer service*, memberikan perhatian khusus dan pelayanan yang cepat. Secara umum tingkat kepentingan terhadap atribut pelayanan dinilai oleh konsumen dalam rentang penting hingga sangat penting.

Nilai kepuasan konsumen dengan model *customer satisfaction index*(CSI) pada jasa PT Bunda Asri Lestari Bandar Lampung adalah 65,06% atau 0,65. Jika didasar kanpada indeks kepuasan konsumen maka nilai 0,65 berada pada range 0,51 –0,65. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum indek kepuasan konsumen atas pelayanan jasa PT Bunda Asri Lestari Bandar Lampung untuk atribut-atribut yang diuji adalah pada kriteria cukup puas.

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.

Konsumen akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan indikator berikut ini: (a) *Realibility* (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 parakonsumennya. (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 dikatakan 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).