

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.

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, telah dilakukan penelitian terhadap konsumen pengguna jasa ekspedisi TIKI di Bandar Lampung yang berjumlah 97 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	45	46,4
2	Perempuan	52	53,6
Total		97	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Dari tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu perempuan artinya konsumen pengguna jasa ekspedisi TIKI di Bandar Lampung didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 52 orang.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	17 – 25	36	37,1
2	26 – 35	30	30,9
3	36 – 45	23	23,7
4	46 – 55	8	8,2
Total		97	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia diketahui usia 17–25 tahun menempati tingkat tertinggi artinya konsumen pengguna jasa ekspedisi TIKI di Bandar Lampung didominasi oleh konsumen yang berusia 17–25 tahun sebanyak 36 orang.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	PNS	11	11,3
2	Guru	1	1,0
3	Karyawan	21	21,6
4	Wirausaha	29	29,9
5	Petani	2	2,1
6	Mahasiswa	14	14,4
7	Ibu Rumah Tangga	12	12,4
8	Lainnya	7	7,2
Total		97	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan diketahui wirausaha menempati tingkat tertinggi artinya konsumen pengguna jasa ekspedisi TIKI di Bandar Lampung didominasi oleh pekerjaan wirausaha sebanyak 29 orang.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban Mengenai kepuasan konsumen pengguna jasa ekspedisi TIKI di Bandar Lampung berdasarkan tingkat kepentingan yang disebarkan kepada 97 responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Hasil Jawaban Responden Mengenai kepuasan konsumen atas pelayanan berdasarkan kepentingan

No	Pernyataan	Jawaban									
		SP		P		CP		TP		STP	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Fasilitas ruangan TIKI yang bersih dan nyaman	15	15.5	50	51.5	26	26.8	3	3.1	3	3.1
2	Peralatan Kantor yang lengkap dan memadai untuk menunjang pelayanan	34	35.1	38	39.2	23	23.7	2	2.1	0	0
3	Tersedianya packing barang dalam berbagai ukuran (<i>box</i> dan <i>pallet</i>)	18	18.6	35	36.1	34	35.1	9	9.3	1	1.0
4	Pengiriman barang dilakukan secara cepat dan tepat waktu sesuai dengan estimasi	13	13.4	34	35.1	34	35.1	14	14.4	2	2.1
5	Kesesuaian perhitungan tagihan	19	19.6	33	34.0	37	38.1	7	7.2	1	1.0

	dengan berat barang dan jarak pengiriman										
6	Tujuan pengiriman luas	32	33.0	30	30.9	28	28.9	6	6.2	1	1.0
7	Tindakan cepat dan tanggap atas keluhan yang dilakukan	24	24.7	31	32.0	34	35.1	7	7.2	1	1.0
8	kemampuan dan kemauan karyawan TIKI untuk memberi informasi mengenai layanan yang ada pada konsumen	11	11.3	37	38.1	36	37.1	11	11.3	2	2.1
9	Kemudahan dan kecepatan dalam mengakses aplikasi TIKI	13	13.4	38	39.2	35	36.1	10	10.3	1	1.0
10	Keramahan dan kesopanan pihak karyawan TIKI dalam melayani konsumen	5	5.2	49	50.5	32	33.0	11	11.3	0	0
11	Saluran komunikasi perusahaan yang mudah dihubungi	4	4.1	39	40.2	38	39.2	14	14.4	2	2.1
12	Karyawan selalu mementingkan kebutuhan pelanggan	8	8.2	32	33.0	45	46.4	10	10.3	2	2.1
13	Pemberian jaminan ganti rugi pada setiap kerusakan barang yang dikirim ataupun kehilangan yang terjadi sesuai prosedur	14	14.4	33	34.0	37	38.1	13	13.4	0	0
14	Keakuratan penimbangan barang yang dikirim	10	10.3	56	57.7	30	30.9	1	1.0	0	0
15	Pelanggan merasa aman atas barang yang dikirim.	29	29.9	40	41.2	23	23.7	5	5.2	0	0

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Dari tabel 4.4 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 97 responden pernyataan 2 mengenai “Peralatan Kantor yang lengkap dan memadai untuk menunjang pelayanan” mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat penting yaitu sebanyak 34 orang atau 35,1%, sedangkan pernyataan 11 yang salah satunya mengenai “Saluran komunikasi perusahaan yang mudah dihubungi” mendapat respon terendah dengan jawaban sangat penting yaitu sebanyak 4 orang atau 4,1%.

Tabel 4. 4 Hasil Jawaban Responden Mengenai kepuasan konsumen atas pelayanan berdasarkan kinerja

No	Pernyataan	Jawaban									
		SP		P		CP		TP		STP	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Fasilitas ruangan TIKI yang bersih dan nyaman	38	39.2	38	39.2	20	20.6	1	1.0	0	0
2	Peralatan Kantor yang lengkap dan memadai untuk menunjang pelayanan	31	32.0	42	43.3	19	19.6	3	3.1	2	2.1
3	Tersedianya packing barang dalam berbagai ukuran (<i>box</i> dan <i>pallet</i>)	25	25.8	38	39.2	33	33.0	0	0	2	2.1
4	Pengiriman barang dilakukan secara cepat dan tepat waktu sesuai dengan estimasi	30	30.9	33	34.0	26	26.8	8	8.2	0	0
5	Kesesuaian perhitungan tagihan dengan berat barang dan jarak pengiriman	10	10.3	41	42.3	32	33.0	10	10.3	4	4.1
6	Tujuan pengiriman luas	20	20.6	49	50.5	26	26.8	2	2.1	0	0
7	Tindakan cepat dan	21	21.6	39	40.2	31	32.0	6	6.2	0	0

	tanggap atas keluhan yang dilakukan										
8	kemampuan dan kemauan karyawan TIKI untuk memberi informasi mengenai layanan yang ada pada konsumen	34	35.1	39	40.2	20	20.6	4	4.1	0	0
9	Kemudahan dan kecepatan dalam mengakses aplikasi TIKI	25	25.8	34	35.1	31	32.0	7	7.2	0	0
10	Keramahan dan kesopanan pihak karyawan TIKI dalam melayani konsumen	22	22.7	40	41.2	30	30.9	4	4.1	1	1.0
11	Saluran komunikasi perusahaan yang mudah dihubungi	9	9.3	38	39.2	41	42.3	6	6.2	3	3.1
12	Karyawan selalu mementingkan kebutuhan pelanggan	14	14.4	41	42.3	35	36.1	7	7.2	0	0
13	Pemberian jaminan ganti rugi pada setiap kerusakan barang yang dikirim ataupun kehilangan yang terjadi sesuai prosedur	18	18.6	43	44.3	30	30.9	6	6.2	0	0
14	Keakuratan penimbangan barang yang dikirim	11	11.3	40	41.2	32	33.0	10	10.3	4	4.1
15	Pelanggan merasa aman atas barang yang dikirim.	16	16.5	33	34.0	38	39.2	7	7.2	3	3.1

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Dari tabel 4.5 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 97 responden pernyataan 1 dengan pernyataan “Fasilitas ruangan TIKI yang bersih dan nyaman” mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat puas yaitu sebanyak 38 orang atau 39,2%, sedangkan pernyataan 11 mengenai “Saluran komunikasi perusahaan yang mudah dihubungi”

mendapat respon terendah dengan jawaban sangat puas yaitu sebanyak 9 orang atau 9,3%.

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 $r \text{ sig} > 0,05$ (alpha) , maka tidak valid dan apabila $\text{sig} < 0,05$ (alpha), maka valid.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Kuesioner Mengenai kepuasan konsumen atas pelayanan berdasarkan kepentingan

Pernyataan	Sig	Alpha (0.05)	Kondisi	Keterangan
Butir 1	0,001	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
Butir 2	0,000	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
Butir 3	0,001	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
Butir 4	0,001	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
Butir 5	0,000	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
Butir 6	0,000	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
Butir 7	0,001	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
Butir 8	0,003	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
Butir 9	0,000	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
Butir 10	0,003	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
Butir 11	0,000	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
Butir 12	0,004	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
Butir 13	0,000	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
Butir 14	0,000	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
Butir 15	0,004	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

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 sig < 0,05 (alpha). Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai kepuasan konsumen atas pelayanan berdasarkan kepentingan dinyatakan valid.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Kuesioner Mengenai kepuasan konsumen atas pelayanan berdasarkan kinerja

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

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

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 < 0,05 (alpha). Dengan demikian seluruh item

pernyataan mengenai kepuasan konsumen atas pelayanan berdasarkan kepentingan 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 harapan 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. 7 Daftar Interpretasi Koefisien

Koefisien r	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 (2013)

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

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien alpha chronbach	Koefisien r	Simpulan
Konsep Kepentingan	0,872	0,8000 – 1,000	Sangat Tinggi
Konsep Kinerja	0,850	0,8000 – 1,000	Sangat Tinggi

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.9 nilai cronbach's alpha sebesar 0,872 untuk kepuasan konsumen atas pelayanan berdasarkan kepentingan dengan tingkat reliabel sangat tinggi. Nilai 0,850 untuk konsep kinerja dengan tingkat reliabel sangat tinggi.

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Importance Performance Analysis (IPA)

Pada analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap pengguna jasa ekspedisi TIKI di Bandar Lampung 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*, *emphaty* dan *ansurance*.

Tabel 4. 9 Hasil Rata-Rata Nilai dari Atribut Harapan

No.	Indikator	Jumlah Skor Jawaban					Total	Rata-rata
		STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)		
1	T1	3	3	26	50	15	362	3,73
2	T2	0	2	23	38	34	395	4,07
3	T3	1	9	34	35	18	351	3,62
4	R1	2	14	34	34	13	333	3,43

No.	Indikator	Jumlah Skor Jawaban					Total	Rata-rata
		STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)		
5	R2	1	7	37	33	19	353	3,64
6	R3	1	6	28	30	32	377	3,89
7	RES1	1	7	34	31	24	361	3,72
8	RES2	2	11	36	37	11	335	3,45
9	RES3	1	10	35	38	13	345	3,56
10	E1	0	11	32	49	5	339	3,49
11	E2	2	14	38	39	4	320	3,30
12	E3	2	10	45	32	8	325	3,35
13	A1	0	13	37	33	14	339	3,49
14	A2	0	1	30	56	10	366	3,77
15	A3	0	5	23	40	29	384	3,96
Total Rata-rata							54.48	3.63

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 hasil analisis dari 97 responden, nilai rata-rata tertinggi atribut kepentingan pada indikator *tangible* sebesar 4,07. Hal ini disebabkan karena responden merasa bahwa indikator *tangible* merupakan hal yang sangat penting karena jasa ekspedisi TIKI memiliki sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi yang baik di mata konsumen.

Table 4.11 Hasil Rata-Rata Nilai dari Atribut Kinerja

No.	Indikator	Jumlah Skor Jawaban					Total	Rata-rata
		STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)		
1	T1	0	1	20	38	38	404	4,16
2	T2	2	3	19	42	31	386	3,98
3	T3	2	0	33	38	25	378	3,90
4	R1	0	8	26	33	30	376	3,88

No.	Indikator	Jumlah Skor Jawaban					Total	Rata-rata
		STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)		
5	R2	4	10	32	41	10	334	3,44
6	R3	0	2	26	49	20	378	3,90
7	RES1	0	6	31	39	21	366	3,77
8	RES2	0	4	20	39	34	394	4,06
9	RES3	0	7	31	34	25	368	3,79
10	E1	1	4	30	40	22	369	3,80
11	E2	3	6	41	38	9	335	3,45
12	E3	0	7	35	41	14	353	3,64
13	A1	0	6	30	43	18	364	3,75
14	A2	4	10	32	40	11	335	3,45
15	A3	3	7	38	33	16	343	3,54
Total Rata-rata							56.53	3.77

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.11 hasil analisis dari 97 konsumen, nilai rata-rata tertinggi atribut kinerja pada indikator *tangible* sebesar 4,16. Hal ini disebabkan karena responden merasa bahwa indikator *tangible* merupakan hal yang sangat penting karena jasa ekspedisi TIKI memiliki sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi yang baik di mata konsumen.

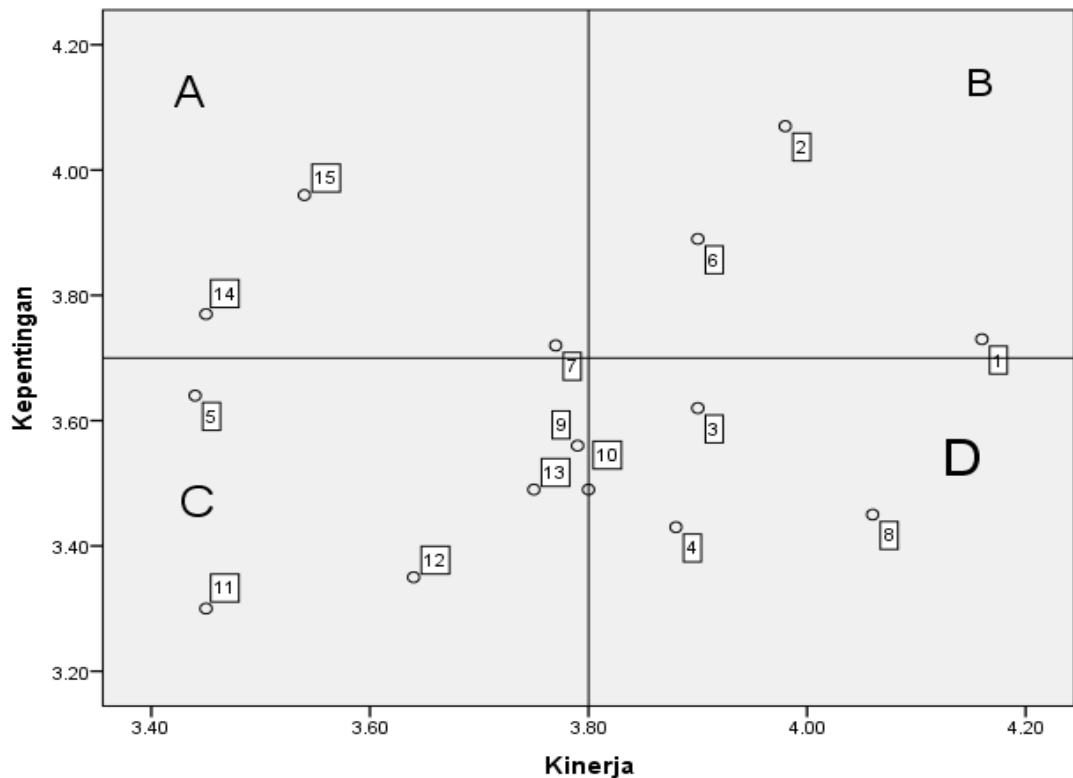
Setelah mendapatkan nilai rata-rata tingkat harapan dan tingkat kinerja masing-masing variabel, langkah selanjutnya adalah memplotkan nilai-nilai tersebut ke dalam diagram kartesius. Berikut ini merupakan skor rata-rata tingkat harapan dan kinerja secara keseluruhan.

Tabel 4. 10 Skor Rata-Rata Secara Keseluruhan

Indikator	Rata – Rata		Gap/Kesenjangan	
	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja
T1	3.73	4.16	3.81	4.01
T2	4.07	3.98		
T3	3.62	3.90		
R1	3.43	3.88	3.65	3.74
R2	3.64	3.44		
R3	3.89	3.90		
RES1	3.72	3.77	3.58	3.88
RES2	3.45	4.06		
RES3	3.56	3.79		
E1	3.49	3.80	3.38	3.63
E2	3.30	3.45		
E3	3.35	3.64		
A1	3.49	3.75	3.74	3.58
A2	3.77	3.45		
A3	3.96	3.54		
Rata-rata	3.63	3.77	3.63	3.77

Sumber: Data diolah, 2022

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 3,77 dan nilai rata-rata tingkat harapan (X) yaitu sebesar 3,63.



Sumber: Data diolah, 2022

Gambar 4. 1 Diagram Kartesius

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 pengguna jasa ekspedisi TIKI di Bandar Lampung tetapi tingkat pelayanan yang diberikan masih belum memuaskan. Dimensi pada kuadran ini adalah *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, dan *emphaty*. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- a. Tindakan cepat dan tanggap atas keluhan yang dilakukan (7) (*responsiveness*).
- b. Keakuratan penimbangan barang yang dikirim (14) (*assurance*).
- c. Pelanggan merasa aman atas barang yang dikirim (15) (*assurance*).

2) Kuadran B

Atribut atau indikator yang berada di kuadran ini harus bias dipertahankan oleh jasa ekspedisi TIKI di Bandar Lampung, karena tingkat pelaksanaannya atau kualitas pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen pengguna jasa ekspedisi TIKI di Bandar Lampung maka jasa ekspedisi TIKI di Bandar Lampung harus dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah ada. Dimensi pada kuadran ini adalah *tangible* dan *reliability*. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- a. Fasilitas ruangan TIKI yang bersih dan nyaman (1) (*tangible*)
- b. Peralatan Kantor yang lengkap dan memadai untuk menunjang pelayanan (2) (*tangible*)
- c. Tujuan pengiriman luas (6) (*reliability*)

3) Kuadran C

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

- a. Kesesuaian perhitungan tagihan dengan berat barang dan jarak pengiriman (5) (*reliability*)
- b. Kemudahan dan kecepatan dalam mengakses aplikasi TIKI (9) (*responsiveness*).
- c. Saluran komunikasi perusahaan yang mudah dihubungi (11) (*emphaty*).
- d. Karyawan selalu mementingkan kebutuhan pelanggan (12) (*emphaty*).
- e. Pemberian jaminan ganti rugi pada setiap kerusakan barang yang dikirim ataupun kehilangan yang terjadi sesuai prosedur (13) (*assurance*).

4) Kuadran D

Atribut atau indikator yang berada di kuadran ini dinilai tidak penting oleh konsumen pengguna jasa ekspedisi TIKI di Bandar Lampung, tetapi perusahaan memberikan pelayanan yang lebih dan memuaskan sehingga dianggap berlebihan oleh konsumen. Dimensi pada kuadran ini adalah *responsiveness* dan *assurance*. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- a. Tersedianya packing barang dalam berbagai ukuran (box dan pallet) (3) (*tangible*)
- b. Pengiriman barang dilakukan secara cepat dan tepat waktu sesuai dengan estimasi (4) (*reliability*)
- c. Kemampuan dan kemauan karyawan TIKI untuk memberi informasi mengenai layanan yang ada pada konsumen (8) (*responsiveness*)
- d. Keramahan dan kesopanan pihak karyawan TIKI dalam melayani konsumen (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 pengguna jasa ekspedisi TIKI di Bandar Lampung. 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. 11 Perhitungan Customer Satisfaction Index

No.	Atribut	Keperntingan	Weighted factors	Kinerja	Weighted score
		Mean importance score		Mean satisfaction score	
1	<i>Tangible</i>	3,81	0,21	4,01	0,84
2	<i>Reliability</i>	3,65	0,20	3,74	0,75
3	<i>Ressponsivness</i>	3,58	0,20	3,88	0,76
4	<i>Emphaty</i>	3,38	0,19	3,63	0,68
5	<i>Assurance</i>	3,74	0,21	3,58	0,74
		18.16	Weighted Average		3.77

Sumber: Data diolah, 2022

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)

$$CSI = \frac{\text{Weight Average}}{\text{Highest Scale}} \times 100\% = \frac{3,77}{5} \times 100\% =$$

75,42

Tabel 4. 12 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 pengguna jasa ekspedisi TIKI di Bandar Lampung dapat diketahui bahwa nilai *customer satisfaction index* (CSI) adalah sebesar 75,42. Jika didasarkan pada indeks kepuasan konsumen maka nilai 75,42 atau 0,754 berada pada range 0,66 – 0,80. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum indeks kepuasan konsumen atas jasa ekspedisi TIKI di Bandar Lampung untuk atribut-atribut yang diuji adalah pada kriteria Puas.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pembahasan Importance Performance Analysis

Hasil *Importance Performance Analysis* menunjukkan atribut yang harus diprioritaskan yaitu tindakan cepat dan tanggap atas keluhan, keakuratan penimbangan barang yang dikirim dan pelanggan merasa aman atas barang yang dikirim. Sedangkan untuk atribut yang harus tetap dipertahankan jasa ekspedisi TIKI di Bandar Lampung adalah fasilitas ruangan TIKI yang bersih dan nyaman, peralatan kantor yang lengkap dan memadai serta tujuan pengiriman luas.

Atribut yang prioritas rendah mengenai kesesuaian perhitungan tagihan dengan berat barang dan jarak pengiriman, kemudahan dan kecepatan dalam mengakses aplikasi TIKI, saluran komunikasi perusahaan yang mudah dihubungi, karyawan selalu mementingkan kebutuhan pelanggan dan pemberian jaminan ganti rugi pada setiap kerusakan barang. Sedangkan untuk atribut yang berlebihan yaitu mengenai tersedianya *packing* barang dalam berbagai ukuran (*box* dan *pallet*), estimasi pengiriman barang yang cepat dan tepat waktu, kemampuan karyawan memberikan informasi ke konsumen dan keramahan karyawan dalam melayani konsumen.

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

Berdasarkan nilai kepentingan kepuasan konsumen yang sangat penting ada pada atribut *tangible*. Sedangkan nilai kinerja kepuasan konsumen yang sangat penting ada pada atribut *tangible*. Nilai kepuasan konsumen atas pengguna jasa ekspedisi TIKI di Bandar Lampung dapat diketahui bahwa nilai *customer satisfaction index* (CSI) adalah sebesar 75,42. Jika didasarkan pada indeks kepuasan konsumen maka nilai 75,42 atau 0,754 berada pada range 0,66 – 0,80. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum indeks kepuasan konsumen atas jasa ekspedisi TIKI di Bandar Lampung untuk atribut-atribut yang diuji adalah pada kriteria Puas.

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. 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. Kepuasan konsumen merupakan hal yang ingin didapat oleh berbagai perusahaan dari para konsumennya. Kepuasan akan sikap terhadap merek, kualitas layanan, dan masih banyak lagi kepercayaan yang lain yang menjadi motivasi dari perusahaan untuk mengembangkan produknya. Namun, Kepuasan konsumen bukan hal yang mudah untuk kita dapatkan serta menanamkan pemikiran yang positif pada kognitif konsumen bukan hal yang gampang.

Jasa dapat dilihat dari 2 dimensi siapa dan benda apa yang menerima langsung jasa tersebut. Contohnya seperti salon kecantikan, service kendaraan, angkutan umum dan restoran lebih menekankan pada fasilitas dan pendekatan personal. Berbeda perlakuannya dengan jenis jasa laundry

dan jasa angkutan barang lebih ditekankan pada pelayanan peralatan dan komitmen atau janji yang dapat dipercaya. Cara penyampaian jasa yang dikaitkan dengan jenis hubungan antara organisasi dengan konsumennya. Terdapat 4 penggolongan yaitu jasa disampaikan secara terus menerus kepada anggotanya contohnya jasa asuransi dan perbankan, jasa yang disampaikan secara terus menerus kepada yang bukan anggotanya contoh stasiun radio dan polisi. Jasa yang hanya disampaikan pada saat tertentu kepada yang bukan anggota contoh sewa mobil.

Selain itu jenis jasa berdasarkan hubungan dan karakteristik barang dapat dibagi menjadi 2 dimensi yaitu tinggi atau rendahnya kontak yang harus dilakukan sifat kusus dari jasa tertentu atau modifikasi yang dapat dilakukan penyedia jasa. Jenis jasa berdasarkan sifat permintaan dan penawaran yaitu kesinambungan antara permintaan dan penawaran berbeda-beda diantara permintaan dan penawaran serta kendala dari sudut tersedianya jasa dapat dijadikan dasar untuk menentukan langkah-langkah yang dapat disusun untuk mengantisipasi hal-hal yang mungkin terjadi dan jenis jasa berdasarkan tersedianya tempat pelayanan terkait jasa-jasa yang berlokasi pada beberapa tempat membutuhkan suatu implikasi yang penting yang harus dipikirkan untuk meyakinkan kualitas dan konsistensi jasa yang ditawarkan seperti ketersediaan komputer dan modem memungkinkan usaha jasa yang lebih spesifik untuk mengurangi jumlah interaksi secara fisik antara konsumen dan penyedia jasa.

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 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 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).