

PENENTUAN KUALITAS LAYANAN MELALUI PENDEKATAN *SERVICE QUALITY* DAN KANO (STUDI KASUS: PT. SUZUYA MALL MEULABOH)

Tugas Akhir

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari
Syarat – Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Teknik**

OLEH

**NAMA : FAJRAWI
NIM : 1805903030042
JURUSAN : TEKNIK INDUSTRI**



**KEMENTERIAN, PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
U N I V E R S I T A S T E U K U U M A R
F A K U L T A S T E K N I K
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
A C E H B A R A T
2022**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
KAMPUS UTU MEULABOH-ACEH BARAT 23615 PO BOX 59
Laman: www.industri.utu.ac.id, Email : teknikindustri@utu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

Telah dipertahankan di dalam Seminar Tugas Akhir Dihadapan Dewan Penguji dan Telah Diterima Sebagai
Salah Satu Syarat Untuk Mencapai
Gelar Sarjana pada Program Studi Teknik Industri

Pada Tanggal, 08 September 2022

Di

Meulaboh – Aceh Barat

DENGAN JUDUL TUGAS AKHIR

**PENENTUAN KUALITAS LAYANAN MELALUI PENDEKATAN SERVICE QUALITY DAN
KANO (STUDI KASUS: PT. SUZUYA MALL MEULABOH)**

DI SUSUN OLEH:

NAMA : FAJRAWI

NIM : 1805903030042

Mengetahui Dewan Penguji Tugas Akhir:

Penguji I

Ir. GAUSTAMA PUTRA, S.T., M.Sc.
NIP. 197908102021211006

Penguji II

NISSA PRASANTI, S.Si., M.T.
NIP. 198906092018032001

Pembimbing Tugas Akhir

ARIE SAPUTRA, S.T., M.Si
NIP. 198304182015041001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri

Universitas Teuku Umar



NISSA PRASANTI, S.Si., M.T.
NIP. 198906092018032001

KEMENTERIAN, PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
ACEH BARAT

2022



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
KAMPUS UTU MEULABOH-ACEH BARAT 23615 PO BOX 59
Laman: www.industri.utu.ac.id, Email : teknikindustri@utu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

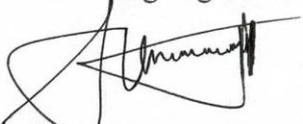
DENGAN JUDUL TUGAS AKHIR

PENENTUAN KUALITAS LAYANAN MELALUI PENDEKATAN SERVICE QUALITY DAN
KANO (STUDI KASUS: PT. SUZUYA MALL MEULABOH)

DI SUSUN OLEH:

NAMA : FAJRAWI
NIM : 1805903030042

Di Setujui Oleh:
Pembimbing Tugas Akhir


ARIE SAPUTRA, S.T., M.Si
NIP. 198304182015041001

Mengetahui:
Ketua Program Studi Teknik Industri


NISSA PRASANTI, S.Si., M.T
NIP. 198906092018032001

KEMENTERIAN, PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
ACEH BARAT

2022



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
KAMPUS UTU MEULABOH-ACEH BARAT 23615 PO BOX 59
Laman: www.industri.utu.ac.id, Email : teknikindustri@utu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN FAKULTAS TEKNIK

DENGAN JUDUL TUGAS AKHIR

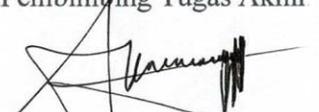
PENENTUAN KUALITAS LAYANAN MELALUI PENDEKATAN SERVICE QUALITY DAN
KANO (STUDI KASUS: PT. SUZUYA MALL MEULABOH)

DI SUSUN OLEH:

NAMA : FAJRAWI
NIM : 1805903030042

Di Setujui Oleh:

Pembimbing Tugas Akhir


ARIE SAPUTRA, S.T., M.Si
NIP. 198304182015041001

Mengetahui:

Dekan Fakultas Teknik

Dr. Ar. M. ISYA, M.T
NIP. 196204111989031002

Ketua Program Studi Teknik Industri

NISSA PRASANTI, S.Si., M.T
NIP. 198906092018032001

KEMENTERIAN, PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
ACEH BARAT

2022

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **FAJRAWI**

NIM : **1805903030042**

Judul Tugas Akhir : **“PENENTUAN KUALITAS LAYANAN MELALUI PENDEKATAN SERVICE QUALITY DAN KANO (STUDI KASUS: PT. SUZUYA MALL MEULABOH)”**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir ini merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Strata 1 Program Studi Teknik Industri di Universitas Teuku Umar.
2. Semua sumber yang saya gunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Prodi Teknik Industri di Universitas Teuku Umar.
3. Apabila ternyata dalam skripsi saya terdapat bagian-bagian yang memenuhi unsur penjiplakan, maka saya akan mendapatkan sanksi sebagaimana semestinya.

Alue Peunyareng, 24 November 2022

Materai

FAJRAWI

NIM. 1805903030042



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Lembar Persembahan

Puji Syukur kepada Allah SWT. atas berkat rahmat dan karunianya-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Shalawat beriringan salam selalu dan senantiasa dilimpahkan kepada pahlawan alam, revolusi alam, cahaya alam yakinnnya Baginda Nabi Besar Muhammad SAW.

Ibunda dan Ayahanda Tercinta

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tak terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada ibu (Siti Akbar) dan ayah (Ali Hasyimi) yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, Ridha dan cinta kasih yang tak terhingga, yang tidak mungkin dapat dibalas dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ibu dan ayah bahagia. Terimakasih untuk segala motivasi yang selalu menyirami kasih sayang, selalu mendo'akanku, selalu memberi nasehat serta meridhaiiku melakukan hal yang lebih baik,

Terima kasih ibu dan terima kasih ayah.

Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji Skripsi

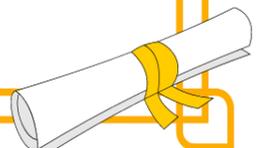
Bapak Arie Saputra, ST. M.Si selaku dosen pembimbing skripsi Saya, Bapak Ir. Gaustama Putra, S.T. M. Sc. dan Ibu Nissa Prasanti, S.Si., M.T. Selaku dosen penguji saya.

Terima kasih atas kritik, saran dan masukan yang telah diberikan sampai skripsi ini selesai.

Abang-abang dan Adik Tersayang

Terimakasih kepada Abang-abang saya (Fauzan dan Amri) dan Adik Saya (Aida Fahwi) yang telah mendukung dalam proses pembuatan skripsi ini dan sudah bersedia menjadi tempat bercerita keluh kesahku dalam penulisan skripsi ini serta selalu memberikan semangat.

Fajrawi, S. T





MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum (golongan) kecuali kaum(golongan) itu sendiri yang mengubahnya.”

(Qs. Ar-Ra'du: 11)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS Al-Insyirah: 5-6)

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya.”

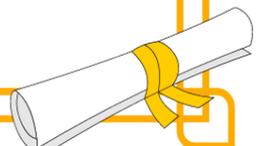
(QS Al-Baqarah: 286)

“Jangan terlalu ambil hati dengan ucapan seseorang, kadang manusia punya mulut tapi belum tentu punya pikiran.”

(Albert Einstein)

“Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak.”

(Ralph Waldo Emerson)



RIWAYAT HIDUP



FAJRAWI, lahir di Gunong Rambong pada Tanggal 02 April 1999. Anak ketiga dari 4 bersaudara, anak dari pasangan Ayahanda **Ali Hasyimi** dan Ibunda **Siti Akbar**. Penulis pertama kali menempuh pendidikan pada umur 7 Tahun di Sekolah Dasar Negeri Lueng Tanoh Tho Tahun 2006 dan selesai pada tahun 2011, pada tahun yang sama penulis melanjutkan sekolah menengah pertama di SMP Negeri 1 Woyla selesai tahun 2014 dan melanjutkan sekolah menengah atas di SMA Negeri 1 Woyla dan tamat tahun 2017. Pada tahun 2017 penulis lulus jalur SPAN-PTKIN untuk melanjutkan pendidikan tinggi di UIN Ar-Raniry jurusan Pendidikan Bahasa Inggris, namun karena keterbatasan finansial penulis memilih berhenti dan pada tahun 2018 penulis lulus SBMPTN jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Teuku Umar selesai pada Tahun 2022.

Semenjak menjadi mahasiswa, penulis pernah menjadi Asisten Praktikum Fisika Dasar dan Kimia Dasar di Laboratorium MIPA UTU mulai dari semester 3 selama 3,5 Tahun dan pernah menjadi Asisten Laboratorium Ergonomi yang memandu Praktikum Ergonomi & Perancangan Sistem Kerja selama 1 semester.

Berkat petunjuk dan pertolongan dari Allah SWT, usaha dan disertai doa dan kedua orang tua dalam menjalani aktivitas akademik di perguruan tinggi Universitas Teuku Umar. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Penentuan Kualitas Layanan Melalui Pendekatan *Service Quality* dan Kano (Studi Kasus: PT. Suzuya Mall Meulaboh).

RINGKASAN

Suzuya Mall Meulaboh merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang ada di Kabupaten Aceh Barat sejak Tahun 2019. Observasi awal menunjukkan bahwa terdapat 40% pelanggan puas, 40% pelanggan yang tidak puas dan 20% pelanggan netral. Tujuan penelitian ini adalah melihat tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dari hasil perhitungan GAP dan menentukan prioritas layanan oleh pelanggan. Metode yang digunakan adalah metode *Service Quality* dan Kano. Hasil penelitian yang dilakukan dengan metode *Service Quality* pada dimensi *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* masih ditemukan kekurangan/kesenjangan, nilai GAP negatif terbesar terdapat pada dimensi *Tangibles* sebesar -1,35. Hasil penelitian dengan menggunakan metode Kano terdapat 1 atribut kategori *Indifferent* dan 20 atribut kategori *one-dimensional* direkomendasikan untuk ditingkatkan.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Metode Service Quality, Metode Kano

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. atas Rahmat, Hidayah dan Ridha-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan Judul “Penentuan Kualitas Layanan Melalui Pendekatan *Service Quality* dan Kano (Studi Kasus : PT. Suzuya Mall Meulaboh)”.

Solawat dan Salam penulis panjatkan kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW. karena dengan berkat perjuangan beliau kita dapat menikmati hidup dengan berakhlakul Karimah di bumi Allah SWT.

Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Teristimewa untuk Ayahanda dan Ibunda tercinta yang telah memberikan segala dukungan moral, materi serta doa tulus kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dan dapat mewujudkan impian ayah dan ibu.
2. Dr. Ishak Hasan, M. Si, selaku rektor Universitas Teuku Umar.
3. Bapak Dr. Ir. M. Isya. ST., MT, Selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Teuku Umar.
4. Ibu Nissa Prasanti, S. Si., M.T. selaku ketua jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Teuku Umar.
5. Bapak Arie Saputra S.T., M. Si, Selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan membimbing penulis dengan penuh kesabaran dan dorongan semangatnya memberikan saran dan masukan serta bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Bapak Ir. Gaustama Putra, S.T. M. Sc, Selaku Dewan Penguji I, terima kasih atas semangatnya dalam memberikan saran dan masukan demi kesempurnaan dalam penulisan Tugas Akhir ini.

7. Ibu Nissa Prasanti, S. Si., M.T, Selaku Dewan Penguji II, terima kasih atas semangatnya dalam memberikan saran dan masukan demi kesempurnaan dalam penulisan Tugas Akhir ini.
8. Seluruh karyawan/i Suzuya Mall Meulaboh yang telah banyak membantu penulis dalam melakukan penelitian terima kasih atas segala hal bantuannya.
9. Sahabat sekaligus Saudara, Andi Fitri Yandi yang telah membantu dan selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. Sahabat satu pembimbing, Ade Salma Fitri, Maulidiati, Deski Harma Winda, Agustian dan Diris Kaalfina yang juga telah membantu dan selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Teman-teman seperjuangan Teknik Industri Angkatan 2018 yang tidak bisa disebutkan satu persatu terima kasih atas dukungan serta bantuannya baik secara moril maupun materi.
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu terima kasih atas dukungan serta bantuannya baik secara langsung maupun tidak langsung.
13. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for, for never quitting.*

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam Tugas Akhir ini baik dilihat dari isi maupun pembahasan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan Tugas Akhir ini.

Alue Peunyareng, 24 November 2022

Penulis

FAJRAWI
NIM. 1805903030042

DAFTAR ISI

COVER	i
RINGKASAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Masalah dan Asumsi.....	6
1.5.1 Batasan Masalah	6
1.5.2 Asumsi	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB 2 LANDASAN TEORI	8
2.1 Kualitas	8
2.1.1 Pengertian Kualitas	8
2.1.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	9
2.1.3 Prinsip Kualitas Pelayanan	11
2.2 Kepuasan Pelanggan.....	12
2.3 <i>Service Quality</i>	14
2.4 Metode Kano	17
2.5 Ukuran Sampel	20
2.5.1 Ukuran Sampel Untuk Populasi Tak Hingga.....	21
2.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	21

2.6.1 Uji Validitas.....	21
2.6.1 Uji Reliabilitas.....	22
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Tempat dan Waktu.....	24
3.2.1 Tempat Penelitian.....	24
3.2.2 Waktu Penelitian.....	25
3.3 Kerangka Konseptual.....	26
3.4 Objek Penelitian.....	26
3.5 Rancangan Penelitian.....	27
3.5.1 Pendahuluan.....	28
3.5.2 Pengumpulan Data.....	28
3.5.3 Pengolahan Data.....	28
3.5.4 Pengukuran <i>Service Quality</i>	29
3.5.5 Pengukuran Kano.....	29
3.5.6 Analisa Data.....	30
3.5.7 Kesimpulan dan Saran.....	30
3.6 Identifikasi Data.....	30
3.6.1 Data Primer.....	30
3.6.2 Data Sekunder.....	30
3.7 Variabel Penelitian.....	30
3.7.1 Variabel Independen.....	31
3.7.2 Variabel Dependen.....	31
3.8 Penentuan Jumlah Sampel.....	31
3.9 Instrumen Penelitian.....	31
BAB 4 PENGUMPULAN DATA DAN PENGOLAHAN DATA.....	32
4.1 Pengumpulan Data.....	32
4.2 Penentuan Sampel dan Langkah Pembuatan Kuesioner.....	32

4.2 Pengolahan Data	36
4.2.1 Uji Validitas Data	36
4.2.2 Uji Reliabilitas Data.....	39
4.2.3 Pengolahan Data <i>Service Quality (Servqual)</i>	40
4.2.4 Pengolahan Data Metode Kano	42
BAB 5 ANALISIS DAN EVALUASI	54
5.1 Analisis	54
5.1.1 Analisis Jumlah Sampel.....	54
5.1.2 Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Data	54
5.1.3 Analisis GAP Skor <i>Servqual</i> Tiap-Tiap Atribut.....	55
5.1.4 Analisis GAP Skor Tiap Dimensi <i>Servqual</i>	57
5.1.5 Analisis Metode Kano	57
5.2 Evaluasi	59
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	60
6.1 Kesimpulan.....	60
6.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Klasifikasi Atribut Kategori Kano	20
Tabel 3.1. <i>Time Line</i> Penelitian.....	25
Tabel 4.1 Atribut Pelayanan Kuesioner <i>Service Quality (Servqual)</i>	33
Tabel 4.2 Atribut Pelayanan Model Kano.....	34
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Harapan Pelanggan	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kinerja Perusahaan	37
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Pernyataan Fungsional	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Pernyataan Disfungsional	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Model <i>Servqual</i>	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Model Kano.....	40
Tabel 4.9 Rekapitulasi Nilai Kinerja, Harapan, GAP dan <i>Rank</i>	40
Tabel 4.10 Nilai Kualitas Layanan (Q) <i>Suzuya Mall Meulaboh</i>	42
Tabel 4.11 Tabel Evaluasi Kano	43
Tabel 4.12 Klasifikasi Atribut Metode Kano	44
Tabel 4.13 Tabulasi Kebutuhan Pelanggan.....	48
Tabel 4.14 Penjumlahan Tiap Atribut Dalam Kategori Kano.....	50
Tabel 4.15 Penentuan Grade Pada Atribut Kano	51
Tabel 4.16 Tingkatan Atribut Layanan Kategori Kano	52
Tabel 5.1 Ranking GAP Skor <i>Servqual</i>	55
Tabel 5.2 Kategori <i>One-dimensional</i>	58
Tabel 5.3 Kategori <i>Indifferent</i>	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Observasi Awal Tingkat Kepuasan Pelanggan Suzuya Mall Meulaboh.....	2
Gambar 2.1	Konseptual Model <i>Service Quality</i>	15
Gambar 2.2	Diagram Kano	18
Gambar 3.1	Lokasi Penelitian	24
Gambar 3.2	Kerangka Konseptual	26
Gambar 3.3	Diagram Alir Penelitian.....	27

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kualitas pelayanan (*Service Quality*) merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mengukur kinerja organisasi karena kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur penting untuk diperhatikan di sebuah industri jasa (Nasyrah, 2017). Kepuasan pelanggan adalah tingkat kesesuaian antara produk dan jasa pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterima. Kepuasan pelanggan dapat diperoleh dari respon yang baik terhadap *complain* pelanggan (Awa dkk., 2021).

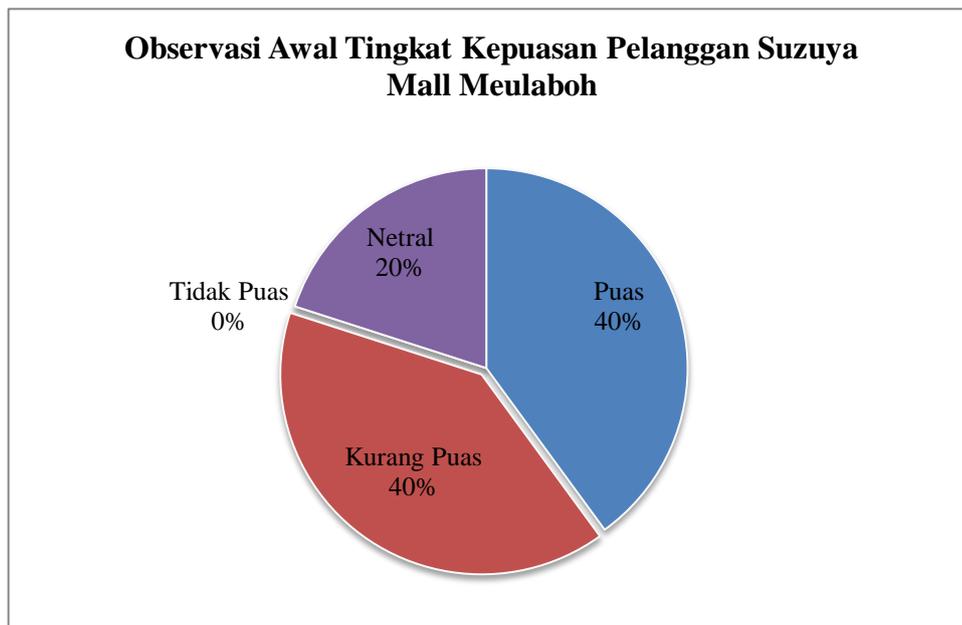
Salah satu faktor yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan, keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Pendekatan kualitas pelayanan jasa yang dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan (*expected service*), hal ini akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dilihat dari perbedaan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan (Gurmu dkk., 2021).

Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila faktor-faktor pendukung kepuasan pelanggan terpenuhi. Faktor-faktor pendukung tersebut yaitu kualitas produk, jasa pelayanan, faktor emosional, harga dan biaya, dan kemudahan mendapatkannya. Faktor-faktor tersebut dapat membuat pebisnis berpikir lebih dengan memberikan suatu hal yang baru agar dapat membuat pelanggan tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan (Irawan, 2008).

Suzuya *Mall* Meulaboh merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang ada di Kabupaten Aceh Barat yang berlokasi di Jalan Nasional, Desa Ujung Kalak, Kecamatan Johan Pahlawan yang resmi beroperasi pada Hari Rabu 27 Maret 2019. Suzuya *Mall* Meulaboh bukan satu-satunya yang ada di Aceh, Suzuya *Mall* ini adalah

cabang kelima dimana sebelumnya Suzuya *Mall* sudah pernah dibuka di Banda Aceh sebanyak dua cabang, Bireun dan Langsa (Safria, 2019).

Berdasarkan hasil observasi awal, didapatkan hasil seperti pada gambar 1.1 berikut:



Gambar 1.1 Observasi Awal Tingkat Kepuasan Pelanggan Suzuya *Mall* Meulaboh

Berdasarkan gambar diatas, terdapat 40% pelanggan yang puas, 40% pelanggan yang kurang puas, 20% pelanggan yang netral/biasa saja dan 0% untuk pelanggan yang tidak puas. Hal ini tentunya akan mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap pelanggan Suzuya *Mall* Meulaboh, oleh karena dari itu penulis akan melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Suzuya *Mall* Meulaboh, maka dibutuhkan metode yang dapat digunakan untuk menganalisis kualitas pelayanan Suzuya *Mall* Meulaboh yaitu dengan metode *Service Quality (Servqual)* dan metode Kano.

Service Quality (Servqual) adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kualitas pelayanan dan dapat menganalisa penyebab permasalahan layanan serta paham cara memperbaiki *Service Quality*. Pengukuran kualitas pelayanan

jasa hampir sama dengan mengukur kepuasan pelanggan, yaitu penentunya dilakukan oleh variabel harapan yang diterima atau dirasakan (*perceived performance*). Lima dimensi kualitas yang menjadi landasan adalah Bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Empathy*) (Tjiptono, 1995).

Metode Kano bertujuan untuk mengklasifikasikan atribut dimensi kualitas layanan (*Service Quality*) dan untuk mengklasifikasikan keinginan serta kebutuhan pelanggan menurut karakteristik Kano, yaitu *attractive*, *must-be* dan *one-dimensional* pada kualitas layanan yang ada menurut evaluasi yang diperoleh dari keinginan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan (Reinhart dan Wilujeng, 2022).

Penelitian (Hemanto dan Elfitria Wiratmani, 2019) berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Jasa *Go-Ride* Dengan Metode Kano Dan *Quality Function Deployment* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus PT. GO-JEK Indonesia)”. Kesimpulan dari penelitian adalah perhitungan Kano bahwa nilai paling tinggi dan berpengaruh pada kepuasan pelanggan terdapat 2 atribut yaitu pengemudi jujur dan dapat dipercaya, pengemudi bersikap ramah dan sopan pada pelanggan dengan nilai *Customer Satisfaction* sebesar 0.36. Sedangkan atribut pelayanan yang perlu ditingkatkan adalah pengemudi selalu memberikan konfirmasi pesanan melalui *chat* atau telepon karena memiliki bobot tingkat kepentingan yang terbesar yaitu 13,10%.

Penelitian (Bakhtiar, dkk., 2010) berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *Servqual* Dan Model Kano (Studi Kasus: PT. PLN UPJ Semarang Selatan)”. Kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan perhitungan nilai *Gap 1* terdapat kesenjangan antara persepsi pihak manajemen dengan harapan pelanggan hal ini terlihat dari nilai *Servqual* yang menunjukkan nilai negatif terbesar terjadi pada R5 (Kondisi KWH meter (perputaran angka sesuai dengan jumlah pemakaian) dengan nilai sebesar -1.546. Berdasarkan perhitungan nilai *Gap 5* masih terdapat kesenjangan antara persepsi pelanggan dengan

harapan pelanggan terlihat dari nilai *Servqual* yang negatif terjadi pada dimensi *Empathy*.

Penelitian (Ramadhan, 2016) dengan judul “Pengukuran Kualitas Pelayanan *Supermarket X* Melalui Integrasi *Servqual* Dan Kano ke Dalam QFD”. Kesimpulan penelitian yang didapatkan dari perhitungan tingkat kepuasan pelanggan, didapatkan beberapa atribut yang memiliki nilai kepuasan negatif diantaranya adalah kecepatan pelayanan saat mengantri di kasir, keramahan petugas keamanan, kebersihan lingkungan *supermarket*, kemudahan pelanggan dalam mencari produk yang dibutuhkan dan keberadaan fasilitas pendukung seperti toilet dan mushola. Berdasarkan kategori atribut layanan yang diprioritaskan didapatkan sebanyak 20 atribut layanan yang *valid* diantaranya terdapat 1 atribut kategori *must-be*, 10 atribut *one-dimensional*, 7 atribut *attractive*, serta 2 atribut *indifferent*. Perhitungan *adjusted importance value* atribut layanan *attractive* menjadi atribut yang diprioritaskan oleh pelanggan yaitu kemudahan dalam mencari produk yang dibutuhkan di dalam *supermarket*. Sedangkan perbaikan layanan yang dapat dilakukan adalah memberikan pencerdasan kembali terhadap seluruh karyawan terkait SOP yang telah dirancang, inovasi layanan atribut *attractive* karena akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan preferensi terhadap perusahaan.

Penelitian (Hasibuan, Bernard dan Lisa Ratnasari, 2021) dengan judul “Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Musik Studio dengan Metode *Servqual*”. Kesimpulan penelitian ini berdasarkan pengolahan data, maka didapatkan $r = 0,368$ dengan variabel persepsi kepuasan pelanggan 0,397 dan variabel persepsi harapan 0,422 yang berarti terdapat pengaruh kualitas pelayan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisa maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh dan berperan aktif terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang, penulis berencana melakukan penelitian terhadap masalah ini sehingga penulis tertarik untuk membuat suatu penelitian dengan judul **“PENENTUAN KUALITAS LAYANAN MELALUI PENDEKATAN *SERVICE QUALITY* DAN KANO (STUDI KASUS: PT. SUZUYA MALL MEULABOH)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah cara menentukan preferensi kualitas pelayanan antara persepsi perusahaan dan pelanggan dengan menggunakan metode *servqual*?
2. Bagaimanakah cara menentukan kualitas pelayanan yang sesuai harapan pelanggan dengan menggunakan metode *servqual*?
3. Bagaimanakah cara menentukan jenis layanan yang menjadi skala prioritas bagi perusahaan dengan menggunakan metode Kano?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui preferensi kualitas pelayanan antara persepsi perusahaan dan pelanggan dengan menggunakan metode *servqual*.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang sesuai harapan pelanggan dengan menggunakan metode *servqual*.
3. Untuk menentukan jenis layanan yang menjadi skala prioritas bagi perusahaan dengan menggunakan metode Kano.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini bagi perusahaan, mahasiswa dan perguruan tinggi antara lain:

1. Bagi perusahaan, diharapkan dapat memberikan alternatif solusi atau referensi perbaikan pelayanan guna meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. Bagi mahasiswa, mampu menentukan peran penting kualitas pelayanan bagi perusahaan atau organisasi.
3. Bagi perguruan tinggi, dapat menjadi referensi dan refleksi dalam memperluas kajian ilmu Manajemen Rekayasa Sistem Produksi yang menyangkut kualitas pelayanan.

1.5 Batasan Masalah dan Asumsi

1.5.1 Batasan Masalah

Hal-hal yang membatasi penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dilakukan di pusat perbelanjaan Suzuya *Mall* Meulaboh, Aceh Barat.
2. Data yang diambil merupakan data kuesioner yang diberikan kepada pelanggan yang datang ke Suzuya *Mall* Meulaboh.

1.5.2 Asumsi

Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Karyawan sudah melakukan kerja sesuai Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ada di Perusahaan.
2. Responden memahami setiap pertanyaan yang ada pada kuesioner dan menjawab dengan jujur.
3. Tidak ada perubahan kebijakan manajemen perusahaan selama penelitian dilakukan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan Tugas Akhir ini maka dalam penyusunannya penulis memberikan sistematika penulisan berdasarkan bab yang berurutan, sistematika yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah dan asumsi dan sistematika penulisan Tugas Akhir.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang definisi dan pendapat para ahli dari dasar-dasar teori yang berkaitan dengan penelitian ini

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang digunakan sebagai kerangka dalam pengumpulan data, pengolahan data, maupun pemecahan masalah.

BAB 4 PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menjelaskan mengenai pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, pengolahan data yang berupa tabel atau grafik.

BAB 5 ANALISIS DAN EVALUASI

Bab ini menyajikan analisis dari hasil pengolahan data yang diperoleh dengan tujuan penelitian sehingga dapat menghasilkan sebuah rekomendasi.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan Bab terakhir yang berisi kesimpulan yang diperoleh dari analisa pemecahan masalah maupun hasil pengumpulan data, serta saran untuk perbaikan bagi perusahaan.

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Kualitas

2.1.1 Pengertian Kualitas

Kualitas merupakan kondisi yang dinamis berhubungan dengan produk, jasa, proses, sumber daya manusia (SDM) dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Penilaian yang dilakukan terhadap aspek kualitas jasa, misalnya *child care center*, dapat mencakup beberapa yang saling berkaitan, seperti biaya, lokasi, jumlah dan keahlian staf, status akreditasi, reputasi, desain kelas dan arena bermain, menu makanan yang bervariasi, jam operasi, sikap staf, perhatian pribadi/personal terhadap perkembangan dan kebutuhan setiap anak, fasilitas bermain dan belajar yang tersedia dan lain-lain. Masing-masing faktor memiliki bobot kepentingan berbeda yang diberikan oleh individu yang berbeda pula (Tjiptono & Chandra, 2016).

Kualitas adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi kegiatan atau kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan yang dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas pelayanan tersebut. Kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai kemampuan secara konsisten perusahaan dan stafnya dalam memenuhi kebutuhan, ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan (Wijaya, T. 2018).

Kualitas adalah keseluruhan dari ciri dan karakteristik dari produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya sehingga dapat memuaskan kebutuhan yang diharapkan pelanggan (Kotler dan Keller, 2009). Terpuhinya kualitas saat perusahaan mampu memberikan produk yang sesuai dengan harapan pelanggan. Hubungan yang baik akan dapat diciptakan oleh perusahaan yang menawarkan kualitas dengan begitu, perusahaan akan lebih memahami apa yang dibutuhkan

dan diharapkan oleh pelanggan. Hal ini dapat menguntungkan perusahaan tersebut (Anggraeni, dkk, 2016).

Kualitas pelayanan merupakan model yang dapat menggambarkan kondisi pelanggan dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang diharapkan dengan yang didapatkan atau yang diterima (Kotler, 2005). Keberhasilan yang diperoleh perusahaan ditentukan dengan kualitas. Namun, satu hal yang perlu disadari oleh manajemen perusahaan bahwasanya dalam hal kualitas atau mutu tidak dapat ditentukan oleh pemberi jasa, akan tetapi ditentukan oleh pelanggan (Budi, 2009).

Menurut Kasmir (2005) pelayanan yang baik memiliki beberapa ciri-ciri, yaitu:

1. Bertanggung jawab kepada pelanggan/pelanggan dari awal sampai akhir.
2. Mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat.
3. Mampu berkomunikasi dengan baik.
4. Mampu memberikan jaminan transaksi yang aman.
5. Memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik.
6. Berusaha memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan/pelanggan.
7. Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan/pelanggan.

2.1.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan pada dasarnya fokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan minat Pelanggan serta ketepatan dalam penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat faktor utama yang berpengaruh pada kualitas pelayanan, yaitu yang diharapkan dan yang dipersepsikan. Parasuraman di dalam studinya menyimpulkan terdapat 5 (lima) dimensi yang dimiliki *Service Quality* (Lupiyoadi & Rambat, 2001).

1. Bukti Fisik (*Tangible*) merupakan suatu perusahaan yang mampu menunjukkan eksistensinya kepada pihak lain. Kemampuan dan penampilan fasilitas sarana dan prasarana yang fisik perusahaan dan

keadaan lingkungan sekitar adalah bukti nyata yang diberikan oleh perusahaan yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang di digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2. Keandalan (*Reliability*) merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja yang dimiliki harus sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan tanpa ada kesalahan, simpatik dan akurasi yang tinggi.
3. Ketanggapan (*Responsiveness*) merupakan pemberian pelayanan secara cepat (responsif) dengan tepat kepada pelanggan dan menyampaikan informasi yang jelas.
4. Jaminan (*Assurance*) merupakan kemampuan para petugas dalam menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. *Assurance* memiliki beberapa komponen diantaranya yaitu komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
5. Empati (*Empathy*) merupakan kemampuan perusahaan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual/pribadi kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginannya. Suatu perusahaan pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami secara spesifik kebutuhan pelanggan serta waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Menurut Vincent (1997) menyatakan bahwa dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan demi pencapaian maksimal, maka ada beberapa dimensi yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Ketepatan waktu dalam pelayanan, waktu tunggu dan waktu proses adalah hal yang perlu diperhatikan.
2. Akurasi pelayanan, berkaitan dengan reliabilitas pelayanan dan tidak terjadi kesalahan-kesalahan.
3. Sikap sopan dan ramah dalam memberikan pelayanan, terutama saat melakukan interaksi dengan pelanggan eksternal. Petugas pelayanan yang

berada di depan adalah orang-orang yang menentukan citra pelayanan dalam industri jasa.

4. Tanggung jawab, berkaitan dengan penerimaan maupun penanganan keluhan dari pelanggan.
5. Kelengkapan, berkaitan dengan lingkup pelayanan dan ketersediaan segala fasilitas pendukung serta pelayanan komplementer lainnya.
6. Kemudahan mendapatkan pelayanan, menyangkut dengan banyaknya petugas yang memberikan pelayanan.
7. Pelayanan yang bervariasi, berkaitan dengan pemberian pola-pola pelayanan yang bervariasi dan fitur-fitur layanan lainnya.
8. Pelayanan pribadi, berkaitan dengan penanganan khusus, fleksibilitas dan lain-lain.
9. Kenyamanan, menyangkut dengan ruangan, lokasi, tempat pelayanan, kemudahan yang terjangkau, area parkir, ketersediaan informasi, petunjuk dan bentuk-bentuk lainnya.
10. Atribut-atribut pendukung pelayanan lainnya.

2.1.3 Prinsip Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2001) Kualitas pelayanan memiliki beberapa prinsip, yaitu:

1. Kepemimpinan (*Leadership*)
Strategi kualitas yang dimiliki perusahaan merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaan dalam upaya meningkatkan kinerja kualitas perusahaan tersebut.
2. Pendidikan (*Education*)
Pendidikan diperlukan untuk seluruh personil perusahaan. Aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan pelaksanaan strategi kualitas dan peranan eksekutif dalam pelaksanaan strategi kualitas tersebut.

3. Perencanaan (*Planning*)

Proses perencanaan yang strategis harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

4. Peninjauan (*Review*)

Proses peninjauan (*review*) ialah suatu mekanisme yang dapat menjamin adanya perhatian yang konstan dan terus berlanjut dalam mencapai tujuan kualitas.

5. Komunikasi (*Communication*)

Proses komunikasi dalam perusahaan dapat mempengaruhi implementasi strategi kualitas dalam organisasi. Komunikasi harus dilakukan dengan pelanggan/pelanggan, karyawan, pemegang saham, pemasok (*Supplier*), masyarakat umum, pemerintah dan lain-lain.

6. Penghargaan dan Pengakuan (*Total Human Reward*)

Upaya peningkatan motivasi, rasa bangga, moral kerja dan rasa memiliki dalam organisasi yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani, maka setiap karyawan yang memiliki prestasi perlu diberikan penghargaan atas prestasi yang dicapainya.

2.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja/hasil produk yang dipikirkan dengan apa yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2007).

Tingkat kepuasan pelanggan yang dirasakan terhadap kualitas produk yang didapatkan atau yang ditawarkan oleh perusahaan dapat meningkatkan loyalitas (kesetiaan) pelanggan kepada perusahaan penyedia jasa. Loyalitas merupakan kesetiaan dalam pembelian produk yang ditawarkan oleh perusahaan secara berulang kali dilakukan oleh pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah salah satu

faktor dalam meningkatkan penjualan perusahaan dan keberlangsungan perkembangan perusahaan (Anggraeni, dkk, 2016).

Menurut Yamit (2001) menyatakan bahwa dalam hal yang dapat memuaskan kebutuhan pelanggan, perusahaan dapat melakukan beberapa tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Mengetahui kebutuhan dan keinginan dari pelanggan.
2. Mengetahui proses pengambilan keputusan dalam membeli.
3. Membangun citra perusahaan.
4. Membangun kesadaran pentingnya kepuasan pelanggan.

Menurut Irwana (2017) menyatakan bahwa dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Kualitas Produk (*Product Quality*)

Produk berkualitas yang ditawarkan oleh perusahaan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan apa yang diharapkan, terutama di industri jasa.

3. Emosional (*Emotional*)

Tingkat kepuasan tinggi pelanggan didapatkan apabila bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan merasa kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu. Nilai sosial yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu menjadi salah satu cara memperoleh kepuasan dari pelanggan.

4. Harga

Harga yang relatif murah meskipun dengan produk yang memiliki kualitas yang sama akan memberikan nilai kepuasan yang tinggi terhadap pelanggan.

5. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu menghabiskan biaya tambahan atau tidak perlu membuat waktu untuk memperoleh suatu produk atau jasa lebih cenderung puas dengan produk atau jasa tersebut.

2.3 *Service Quality*

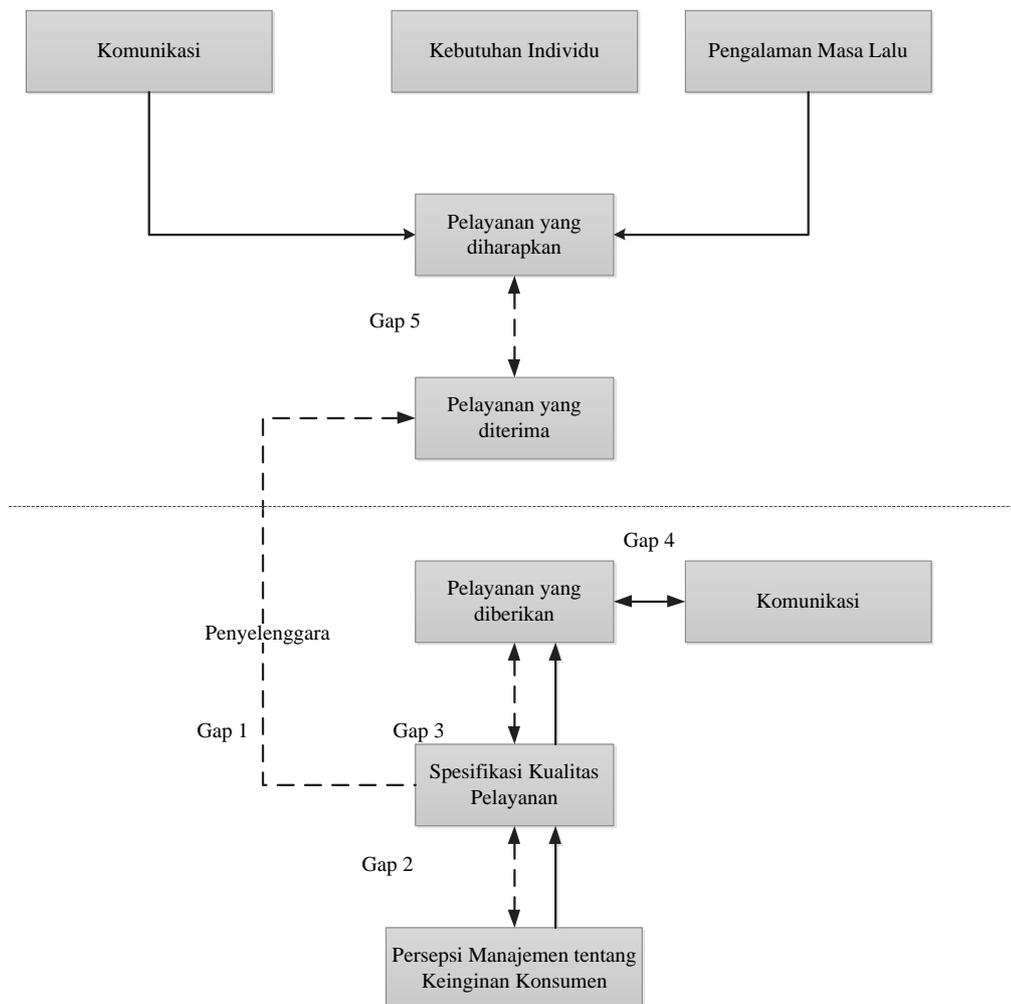
Service quality merupakan perbandingan seberapa jauh kenyataan dan harapan para pelanggan terhadap pelayanan yang diterima. *Service quality* dapat diketahui dengan membandingkan persepsi pelanggan terhadap layanan dengan layanan yang benar-benar diterima (Soetjipto, 1997).

Menurut Zeithaml, dkk (1990) Model kualitas pelayanan publik dengan *service quality* ini menjelaskan gap-gap yang mewujudkan pelayanan yang baik. Pelayanan yang baik tidak dapat terwujud apabila tidak ada lima Gap, yaitu:

1. GAP 1 (Gap persepsi manajemen), terjadi apabila memiliki beberapa perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi manajemen terhadap harapan-harapan pelanggan. Misalnya harapan pelanggan adalah memperoleh pelayanan terbaik, tidak menjadi persoalan jika harganya mahal. Sebaliknya, manajemen mempunyai persepsi bahwasanya pelanggan mengharapkan harga yang lebih murah meskipun kualitas produknya rendah.
2. GAP 2 (GAP persepsi kualitas), terjadi apabila terdapat perbedaan antara persepsi manajemen tentang harapan para pelanggan dengan spesifikasi kualitas pelayanan yang dirumuskan.
3. GAP 3 (GAP penyelenggaraan pelayanan), terjadi apabila pelayanan yang diberikan berbeda dengan spesifikasi pelayanan yang telah dirumuskan. Misalnya spesifikasi pelayanan menyatakan bahwa waktu keberangkatan maksimal terlambat selama 3 menit. Namun yang terjadi sebenarnya waktu keterlambatan terjadi selama 30 menit.
4. GAP 4 (GAP komunikasi pasar), gap ini terjadi sebagai akibat dari perbedaan antara pelayanan yang diberikan dengan komunikasi eksternal terhadap pelanggan. Contohnya jadwal keberangkatan pesawat atau kereta api yang dijanjikan tepat waktu, akan tetapi pada kenyataannya terlambat.
5. GAP 5 (GAP kualitas pelayanan), gap ini terjadi karena pelayanan yang menjadi harapan pelanggan tidak sama dengan pelayanan yang nyata diterima atau disarankan oleh pelanggan. Contohnya pelanggan atau

pelanggan berharap dapat menyelesaikan urusan perpanjangan KTP atau SIM dalam satu hari, tapi ketika hendak mengurus hal tersebut, waktu yang dibutuhkan selama satu minggu. Gap ini lahir akibat dari terjadinya akumulasi dari gap-gap sebelumnya.

Adanya kelima gap ini dan tempatnya dalam manajemen pelayanan terlihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Konseptual Model *Service Quality*

Sumber : Zeithaml, dkk, 1990

Penggunaan metode *Service quality* terbagi menjadi dua bagian yaitu penilaian dan pembobotan. Tahap penilaian kualitas pelayanan dilakukan dengan

cara menyebar kuesioner, penyebaran kuesioner yang berisi atribut-atribut dimensi *Service quality* setelah didapatkan jawaban dari para responden dan dikumpulkan kembali sehingga hal tersebut diharapkan pelanggan memberikan respon atas atribut-atribut tersebut untuk menyatakan harapan dan kinerja aktual perusahaan.

Service quality didasarkan pada asumsi bahwa pelanggan membandingkan kinerja jasa pada atribut-atribut yang relevan dengan standar yang ideal/sepurna untuk masing-masing atribut jasa. Apabila kinerja sesuai dengan atau melebihi standar, maka persepsi atas kualitas jasa keseluruhan akan positif dan sebaliknya. Model ini menganalisis gap antara dua variabel pokok, yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*) (Tjiptono dan Chandra, 2016).

Menurut Zeithaml dan Bitner (1996) *Service quality* merupakan metode yang sering digunakan untuk mengatur kualitas jasa. Metode *service quality* memiliki sepuluh faktor utama atau dimensi yang paling menentukan kualitas pelayanan.

1. *Tangible* (Bentuk Fisik), misalnya lantai, ruangan, seragam, interior, tata letak dan lain-lain.
2. *Reliability* (Keandalan), misalnya janji yang ditepati, kualitas produk yang sesuai, kebersihan produk, jam buka dan jam tutup dan lain-lain.
3. *Responsiveness* (Tanggap), misalnya respon dari karyawan yang cepat terhadap keluhan pelanggan.
4. *Competence* (Terampil), misalnya karyawan yang ahli dan terampil dalam melakukan pekerjaan atau mampu menguasai pengetahuan tentang produk.
5. *Credibility* (Terpercaya), misalnya karyawan yang selalu berkata jujur dan dapat dipercaya di setiap pelayanan yang dilakukan.
6. *Courtesy* (Rasa Hormat), contohnya kesopanan karyawan.
7. *Security* (Keamanan), pelanggan merasa aman dan bebas dari bahaya.
8. *Access* (Mudah dicapai, diraih), misalnya karyawan yang mudah dihubungi sehingga pelanggan tidak perlu menunggu lama.

9. *Communication* (Komunikasi), misalnya bahasa yang dapat dimengerti dengan mudah dan informasi yang diberikan sesuai yang diinginkan.
10. *Understanding the Customers* (Mengerti Pelanggan), misalnya karyawan yang dapat mengatasi dan mengerti akan keluhan dari pelanggan.

2.4 Metode Kano

Menurut Kano, dkk (1984) metode kano adalah salah satu metode yang digunakan dalam mengidentifikasi kepuasan pelanggan. Tujuan dari model kano adalah untuk mengategorikan atribut-atribut dari produk atau jasa berdasarkan tingkat baik produk atau jasa tersebut dalam memuaskan kebutuhan pelanggan. Dikembangkan oleh Dr. Noriaki Kano dengan membedakan enam tipe produk yang diinginkan sehingga mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, yaitu:

1. *Must-Be Requirements* atau *Basic Needs*

Jika kategori *Must-be requirements* atau *basic needs* tidak terpenuhi, maka secara ekstrim pelanggan tidak akan puas. Karena pelanggan menganggap kategori ini sudah semestinya, maka peningkatan kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan dengan memenuhi kategori ini. *Must-be requirements* merupakan kriteria dasar dari sebuah produk atau jasa dimana kategori ini sudah dianggap sebagai syarat mutlak oleh pelanggan.

2. *One-Dimensional Requirements* atau *Performance Needs*

Kepuasan pelanggan proporsional atau sebanding dengan kinerja atribut. Semakin tinggi kinerja atribut, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. *One-dimensional requirements* secara eksplisit selalu dituntut oleh pelanggan.

3. *Attractive Requirements* atau *Excitements Needs*

Kategori yang menjadi kriteria produk yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan jika diberikan. Kategori ini tidak dituntut harus ada dan juga tidak diharapkan oleh pelanggan.

4. *Indifferent*

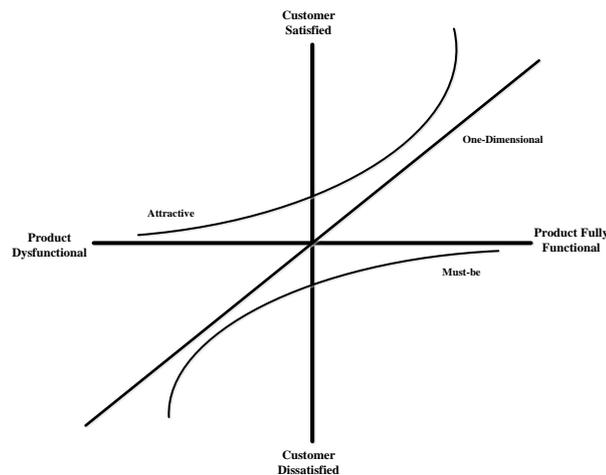
Kategori yang tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan baik dalam produk maupun jasa secara fungsional atau disfungsional. Misalnya suatu fasilitas *converter* yang tidak akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

5. *Reverse*

Kepuasan pelanggan tidak berpengaruh jika suatu produk atau jasa tidak berfungsi semestinya.

6. *Questionable*

Kategori yang menimbulkan kebingungan pelanggan. Hal ini bisa disebabkan karena ketidakpahaman responden saat menjawab pertanyaan di dalam kuesioner.



Gambar 2.2 Diagram Kano

Sumber : Walden, 1993

Menurut Walden (1993) penentuan kategori Kano tiap atribut dengan menggunakan *Blauth's formula*, antara lain:

1. Jika $(one\text{-dimensional} + attractive + must\text{-be}) > (indifferent + reverse + questionable)$, maka *grade* diperoleh dari ujung yang paling maksimum dari $(one\text{-dimensional}, attractive, must\text{-be})$.

2. Jika (*one-dimensional + attractive + must-be*) < (*indifferent + reverse + questionable*), maka *grade* diperoleh dari ujung yang paling maksimum dari (*indifferent, reverse, questionable*).
3. Jika (*one-dimensional + attractive + must-be*) = (*indifferent + reverse + questionable*) maka *grade* diperoleh yang paling maksimum diantara semua kategori Kano yaitu (*one-dimensional, attractive, must-be, indifferent, reverse, questionable*).

Menurut Walden (1993) secara umum metode Kano dapat dianalisis dengan beberapa tahap, tahap awal yang dilakukan yaitu membuat kuesioner tentang pendapat jika produk berfungsi dan jika produk tidak berfungsi. Jadi, setiap produk yang fungsional dikaitkan dengan dua pertanyaan dengan masing-masing jawaban terdapat skor 1 sampai 5 terkait dengan pendapat pelanggan. Misalnya, petugas keamanan dikaitkan dengan atribut keramahan. Jadi, pertanyaan di dalam kuesioner dapat disusun sebagai berikut.

- Jika petugas keamanan ramah, apa yang Anda rasakan?
 1. Saya suka
 2. Saya berharap itu terjadi
 3. Netral
 4. Saya bisa memberi toleransi
 5. Saya tidak suka
- Jika petugas keamanan tidak ramah, apa yang Anda rasakan?
 1. Saya suka
 2. Saya berharap itu terjadi
 3. Netral
 4. Saya bisa memberi toleransi
 5. Saya tidak suka

Penyusunan pertanyaan harus menggunakan kata-kata yang tepat agar tidak menimbulkan kebingungan atau ambiguitas. Tinjau ulang kuesioner sebelum disebarkan ke pelanggan sebagai responden.

Tahap berikutnya yaitu kuesioner yang telah disusun dan ditinjau ulang disebar kepada responden. Dari hasil kuesioner didapatkan data skor untuk tiap-tiap pertanyaan. Setelah data dikumpulkan, modus atau nilai yang paling sering muncul dari skor-skor tersebut digunakan untuk menentukan penempatan kebutuhan pelanggan ke dalam kategori-kategori metode Kano. Klasifikasi atribut terhadap enam kategori Kano, ditampilkan pada tabel 2.1.

Tabel 2.1 Klasifikasi Atribut Kategori Kano

Kebutuhan Pelanggan		Disfungsional				
		1	2	3	4	5
		Suka	Mengharapkan	Netral	Toleransi	Tidak Suka
Fungsional	1. Suka	Q	A	A	A	O
	2. Mengharapkan	R	I	I	I	M
	3. Netral	R	I	I	I	M
	4. Toleransi	R	I	I	I	M
	5. Tidak Suka	R	R	R	R	Q

Sumber : Walden, 1993

Kebutuhan pelanggan bersifat:

A = *Attractive*

Q = *Questionable Result*

O = *One-Dimensional*

R = *Reverse*

M = *Must-be*

I = *Indifferent*

Misalnya banyak responden menyatakan suka saat melihat petugas keamanan yang ramah tetapi toleransi diberikan jika petugas tidak ramah, maka kategori kano untuk kebutuhan pelanggan akan petugas keamanan yang ramah adalah *attractive*.

2.5 Ukuran Sampel

Menurut Israel (1992) untuk menentukan sampel yang sesuai biasanya dibutuhkan tiga kriteria yang sesuai yakni *level of precision*, *level of confidence* atau *level of risk* dan *degree of variability* dalam atribut yang ingin diukur. Penjelasan mengenai kriteria dalam menentukan sampel sebagai berikut:

1. *Level of Precision* merupakan suatu kisaran dimana nilai diestimasi kan sebagai nilai yang sebenarnya dari populasi. Kisaran ini biasanya dinyatakan dalam bentuk persentase.
2. *Level of Confidence*, dalam distribusi normal, sekitar 95% dari nilai sampel berada diantara dua standar deviasi dari nilai populasi yang sesungguhnya, maka *level of confidence* 95% paling sering digunakan. Resiko sampel yang diambil tidak mewakili nilai populasi menurun untuk *confidence level* 99% dan meningkat untuk *confidence level* 90%.
3. *Degree of variability*, ukuran variabilitas atau penyebaran data ini dapat diketahui dari standar deviasi *pilot test* yang dilakukan sebelumnya.

2.5.1 Ukuran Sampel Untuk Populasi Tak Hingga

Menurut Rao Purba dalam Yuliani (2016) persamaan yang digunakan untuk ukuran sampel tak hingga adalah:

$$n = \frac{z^2}{4(Moe)^2} \dots\dots\dots (2.1)$$

Dimana:

n = Ukuran sampel minimum

z = Tingkat kepercayaan dalam penentuan sampel (Z = 1,96)

Moe = *Margin of Error* atau kesalahan maksimal yang bisa ditoleransi

Dimana taraf tingkat keyakinan yang digunakan adalah tergantung dari tingkat kepercayaan yang dipakai (Purwanto, 2018) :

1. Tingkat keyakinan = 90% maka *margin of error* = 0,10
2. Tingkat keyakinan = 95% maka *margin of error* = 0,05
3. Tingkat keyakinan = 99% maka *margin of error* = 0,01

2.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

2.6.1 Uji Validitas

Menurut Arikunto (2002) validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Sebuah instrumen

dikatakan *valid* jika instrumen tersebut mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Sejauh mana data yang terkumpul dan tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud dapat dilihat dari tinggi rendahnya validitas instrumen.

Uji validitas dari instrumen dapat dilakukan dengan rumus korelasi. Rumus korelasi berdasarkan *Pearson Product Moment* adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \dots \dots \dots (2.2)$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

X = Skor item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor pertanyaan tiap nomor

$\sum Y$ = Jumlah skor total pertanyaan

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat skor total pertanyaan

N = Jumlah responden

2.6.1 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2001) reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang menjadi indikator. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel atau dapat diandalkan jika jawaban terhadap pertanyaan tetap stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan SPSS, *software* SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *cronbach's alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan skor *cronbach's alpha* > 0,6. Rumus yang digunakan ialah:

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum ab^2}{\sigma_t^2} \right] \dots \dots \dots (2.3)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

K = Banyak Butir Pertanyaan

σ_t^2 = Varian Total

$\sum ab^2$ = Jumlah Varian Butir

Uji reliabilitas dengan melihat koefisien *alpha* dengan melakukan *reliability analysis* dengan SPSS versi 18.0 untuk *Windows*. Akan dilihat nilai *Alpha-Cronbach* untuk reliabilitas keseluruhan item dalam satu variabel. Agar lebih teliti, dengan menggunakan SPSS, juga akan dilihat kolom *Corrected Item Total Correlation*. Cara Uji Reliabilitas dengan SPSS adalah sebagai berikut :

1. Klik *Analyze > Scale > Reliability Analysis*
2. Masukkan seluruh item Variabel X ke *Items*
3. Pastikan pada Model terpilih *Alpha*
4. Klik OK

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian survei yang mana merupakan suatu penelitian untuk memperoleh fakta-fakta lapangan dari gejala yang ada dan mencari keterangan secara otentik sehingga diperoleh data sesuai dengan kebenaran. Penelitian survei menggunakan bahan/alat kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan/pembeli di *Suzuya Mall* Meulaboh. Fakta-fakta yang dimaksud yaitu keinginan atau kepuasan pelanggan/pembeli *Suzuya Mall* Meulaboh.

3.2 Tempat dan Waktu

3.2.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sebuah pusat perbelanjaan bernama *Suzuya Mall* Meulaboh Kabupaten Aceh Barat. Adapun letak *Suzuya Mall* Meulaboh, Kabupaten Aceh Barat pada Gambar 3.1 berikut.



Gambar 3.1 Lokasi Penelitian

Sumber : *Google Maps*, 2022

3.2.2 Waktu Penelitian

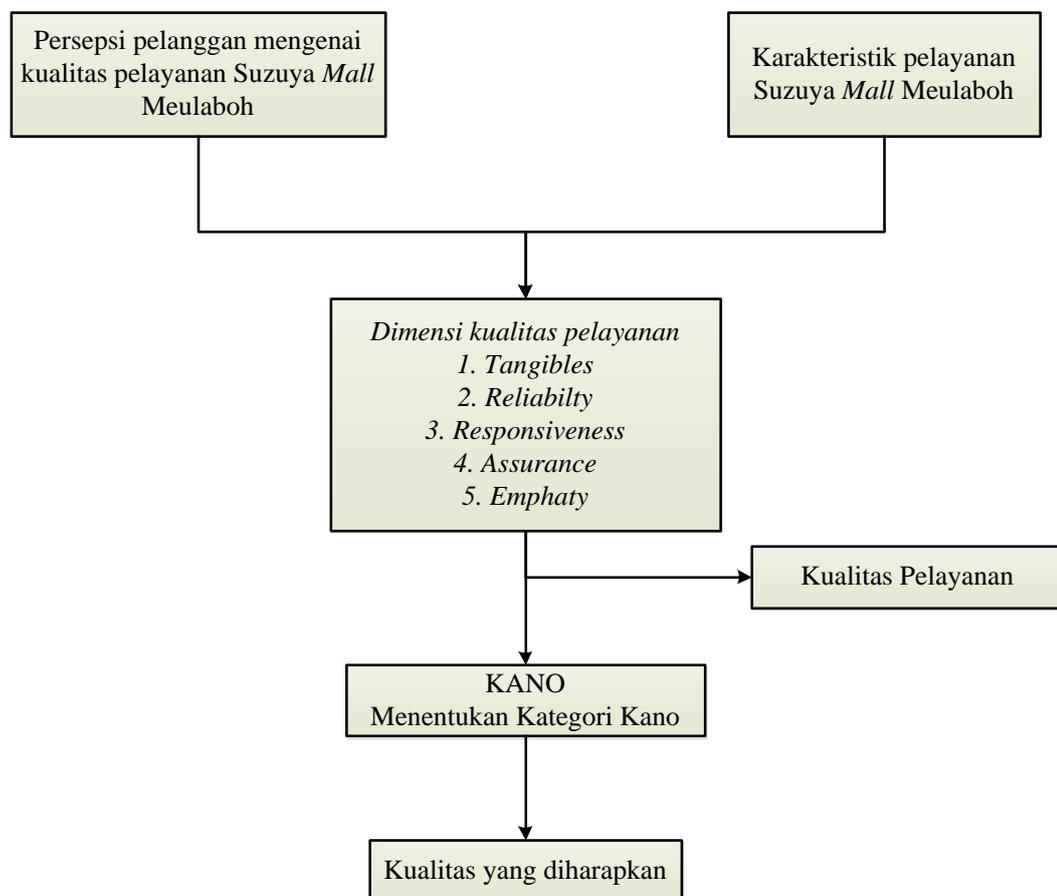
Adapun waktu pelaksanaan penelitian dan penyusunan Tugas Akhir direncanakan 8 (enam) bulan, *time line* penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.1 di bawah ini

Tabel 3.1. *Time Line* Penelitian

Aktivitas	Feb				Mar				Apr				Mei				Jun				Jul				Aug				Sep			
	Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Studi Pustaka	■	■	■	■																												
Penyusunan Proposal		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																
Seminar Proposal									■	■	■	■	■	■	■	■																
Pengumpulan Data										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Pengolahan Data														■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Laporan Tugas Akhir																					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

3.3 Kerangka Konseptual

Kerangka teoritis merupakan model konseptual yang berkaitan dengan bagaimana menyusun teori atau menghubungkan secara logis beberapa faktor yang dianggap penting untuk masalah. Kerangka teoritis membahas variabel yang saling ketergantungan, dianggap penting untuk melengkapi dinamika situasi yang sedang diteliti. Oleh karena itu, bentuk kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



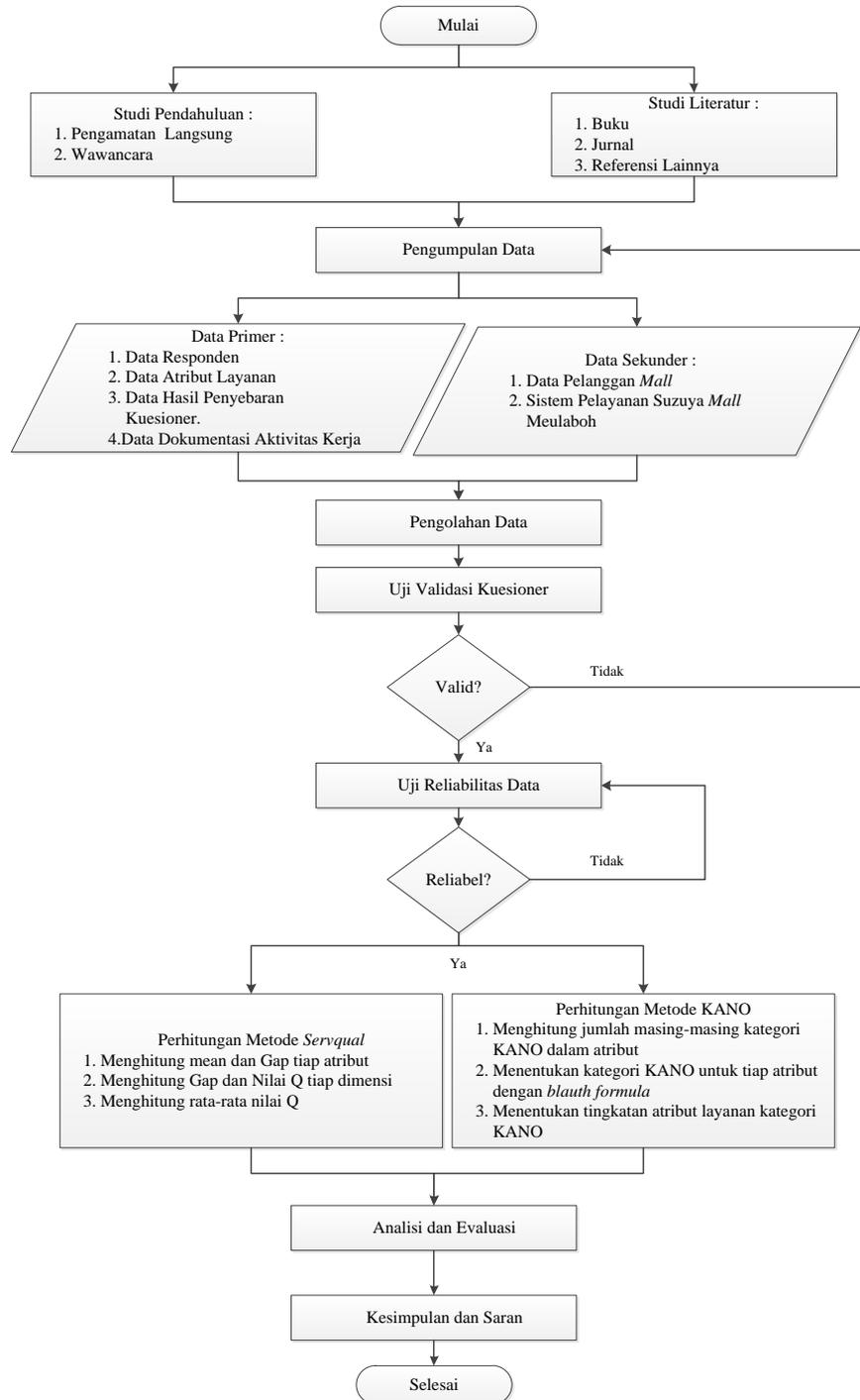
Gambar 3.2 Kerangka Konseptual

3.4 Objek Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah *Suzuya Mall Meulaboh Aceh Barat*.

3.5 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian dapat dilihat pada diagram metodologi penelitian pada Gambar 3.3 diagram prosedur penelitian berikut.



Gambar 3.3 Diagram Alir Penelitian

3.5.1 Pendahuluan

Penelitian ini dilakukan dengan dua jenis studi sebagai langkah awal dalam menyelesaikan penelitian, kedua jenis studi tersebut yaitu:

1. Pengamatan langsung yang dilakukan guna melihat proses pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan sehingga dapat diketahui permasalahan yang terjadi di lapangan.
2. Studi literatur dilakukan guna untuk mendapatkan referensi yang berkaitan dengan penelitian serta untuk melihat dan meninjau daftar pustaka tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan metode *Service Quality* dan *Kano*.

3.5.2 Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data primer (Hasil Kuesioner) (Pada Lampiran 2-5). Pengumpulan data dilakukan guna untuk mendapatkan informasi dalam mencapai tujuan penelitian.

3.5.3 Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan setelah data yang diperlukan sudah dikumpulkan, adapun pengolahan data seperti menentukan skala *likert*, uji validitas kuesioner, uji reliabilitas kuesioner, menentukan atribut-atribut dapat memuaskan kebutuhan pelanggan.

1. Menentukan Skala *Likert* digunakan untuk melihat tingkat kesetujuan responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner. Adapun tingkat kesetujuan responden terhadap variabel-variabel penelitian dalam skala *likert* diklasifikasikan sebagai berikut:

Untuk mengukur kinerja dan harapan:

- Sangat Tidak Setuju (STS): nilai dengan bobot 1
- Tidak Setuju (TS): nilai dengan bobot 2
- Netral (N): nilai dengan bobot 3

- Setuju (S): nilai dengan bobot 4
- Sangat Setuju (SS): nilai dengan bobot 5

2. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menentukan keakuratan dari masing-masing pertanyaan dalam kuesioner yang telah disebarkan.

3. Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas data bertujuan untuk melihat konsistensi kuesioner dari masing-masing pertanyaan dalam kuesioner yang telah disebarkan.

3.5.4 Pengukuran *Service Quality*

Pengukuran *Servqual* didasarkan pada skala *likert* yang telah dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan.

Evaluasi kualitas dengan menggunakan *Servqual* mencakup perhitungan perbedaan antara nilai yang diberikan pelanggan untuk setiap pasang pertanyaan yang berkaitan dengan harapan dan persepsi biasanya disebut dengan GAP. Persamaan sebagai berikut (Tjiptono, 2016).

$$\text{GAP} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \dots\dots\dots(3.1)$$

Dalam penggunaan metode *service quality* akan diperoleh nilai kesenjangan antara skor tingkat kinerja aktual dan skor tingkat kepentingan atau harapan pelanggan. Jika memiliki nilai tingkat kesenjangan *service quality* bernilai negatif (-) maka kualitas jasa kurang baik (pelanggan tidak puas). Apabila nilai tingkat kesenjangan *Service Quality* sama dengan nol (0) maka kualitas jasa baik (pelanggan puas) dan apabila nilai tingkat kesenjangan *service quality* bernilai positif (+) maka kualitas jasa sangat baik (pelanggan puas).

3.5.5 Pengukuran Kano

Pengukuran Kano dilakukan dengan cara menghitung jumlah masing-masing kategori atribut, menentukan kategori kano dan menentukan tingkatan kategori kano.

3.5.6 Analisa Data

1. Pembahasan perhitungan nilai kualitas pelayanan dengan metode *service quality* berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap kuesioner yang dibagikan.
2. Pembahasan menentukan jenis layanan yang diprioritaskan dengan metode kano berdasarkan kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan.

3.5.7 Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan berisi hasil dari pengolahan data yang dilakukan dengan dua metode sehingga didapatkan solusi untuk pemecahan masalah yang terjadi.
2. Saran berisikan masukan kepada pihak manajemen perusahaan terkait dengan kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pelayanan di Suzuya Mall Meulaboh.

3.6 Identifikasi Data

3.6.1 Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari hasil pengamatan (observasi) yang dilakukan secara langsung di lapangan selama penelitian dilakukan, meliputi:

1. Data observasi mengenai proses pelayanan yang dilakukan Suzuya Mall Meulaboh.
2. Data kuesioner kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa Suzuya Mall Meulaboh.

3.6.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data diperoleh dari perusahaan untuk mendapatkan informasi dan data yang berhubungan dengan penelitian.

3.7 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

3.7.1 Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *Empathy*

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel tetap dalam penelitian adalah perbaikan kualitas pelayanan dan efisien kinerja perusahaan.

3.8 Penentuan Jumlah Sampel

Dalam menentukan jumlah sampel dapat dilakukan dengan rumus menurut Rao Purba yaitu pada persamaan rumus (2.1) pada landasan teori, karena populasi sampel yang tidak diketahui/tak hingga sehingga cara yang digunakan adalah dengan sampel acak. Perhitungan jumlah sampel yaitu:

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2} = \frac{3,8416}{0,04} = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah sampel, maka didapatkan sampel yang dibutuhkan adalah sebanyak 96,04 orang atau dibulatkan menjadi 100 orang pelanggan/pelanggan Suzuya Mall Meulaboh.

3.9 Instrumen Penelitian

Adapun instrumen penelitian yang digunakan adalah:

1. Instrumen *Servqual*
 - a. Kuesioner kepuasan pelanggan yang berisi lima variabel yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *Empathy* (empati) dengan tujuan mendapatkan nilai atau bobot terhadap lima variabel dari pelanggan.
 - b. *Microsoft Excel* 2010 yang merupakan aplikasi yang digunakan untuk mengolah data.

BAB 4

PENGUMPULAN DATA DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu aktivitas yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data atau informasi yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan guna mencapai tujuan penelitian tersebut. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner yang hanya dapat diisi oleh responden dengan memilih skala jawaban pada lembar kuesioner. Pengumpulan data penelitian ini dapat dilihat pada Lampiran 2 sampai Lampiran 5.

4.2 Penentuan Sampel dan Langkah Pembuatan Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menentukan jumlah sampel terlebih dahulu. Penentuan sampel menggunakan persamaan rumus menurut Rao Purba dengan tingkat keyakinan 90% (*Margin of Error* = 0,10), maka hasil yang di dapatkan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4(Moe)^2}$$
$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2} = \frac{3,8416}{0,04} = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah sebanyak 96,04 dibulatkan menjadi 100 orang responden.

Langkah pembuatan kuesioner pada penelitian ini adalah:

1. Menentukan dimensi pelayanan perusahaan kepada pelanggan yaitu *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy*.
2. Menyusun pernyataan-pernyataan dengan menggunakan model pada kuesioner berdasarkan atribut pelayanan Suzuya *Mall* Meulaboh.
3. Kuesioner disebarkan kepada responden/pelanggan Suzuya *Mall* Meulaboh.

4. Rekap hasil dari jawaban responden.

Atribut-atribut pernyataan pada kuesioner *Service Quality (Servqual)*.

Tabel 4.1 Atribut Pelayanan Kuesioner *Service Quality (Servqual)*

No.	Pernyataan
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	
1	Perusahaan memiliki area gedung yang luas dan nyaman
2	Perusahaan memiliki lahan parkir yang luas dan aman
3	Perusahaan memiliki jenis <i>department store</i> yang memadai dan lengkap
4	Perusahaan memiliki ruangan yang bersih dan nyaman
5	Perusahaan menyediakan <i>Eskalator</i> dan <i>Elevator</i> yang memudahkan pelanggan mengakses lantai lainnya
6	Perusahaan menyediakan sarana umum seperti ATM, Toilet dan Tempat Ibadah
Kehandalan (<i>Reliability</i>)	
7	Petugas memahami semua fitur yang ada di perusahaan
8	Petugas mampu menjelaskan tata cara pelayanan kepada pelanggan dengan baik dan jelas
9	Petugas mampu menjelaskan hasil rekapitulasi transaksi barang yang dibeli oleh pelanggan dengan baik dan jelas
10	Petugas mampu menjelaskan letak atau posisi produk yang ada di etalase swalayan
11	Petugas mampu melayani pelanggan dengan baik saat melakukan transaksi
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	
12	Petugas menanggapi dengan cepat atas keluhan yang diberikan pelanggan
13	Petugas bisa berkoordinasi dengan cepat ketika saat melayani pelanggan
Jaminan (<i>Assurance</i>)	
14	Perusahaan menjamin bahwa produk yang dibeli pelanggan adalah produk yang bagus/tidak cacat
15	Perusahaan menjamin keamanan dan kenyamanan saat berbelanja
16	Perusahaan menjamin produk yang bermasalah dapat ditukarkan kembali

Tabel 4.1 Atribut Pelayanan Kuesioner *Service Quality (Servqual)* (Lanjutan)

No.	Pernyataan
Empati (Empathy)	
17	Perusahaan menjamin jumlah atau catatan transaksi sesuai dengan item belanja pelanggan
18	Perusahaan menjamin harga yang tertera di label sesuai dengan harga pada saat pembayaran
19	Petugas selalu memberikan sapaan yang santun sebelum melayani pelanggan
20	Petugas menggunakan bahasa dan komunikasi yang baik saat menanggapi keluhan pelanggan
21	Petugas peduli dengan harapan setiap pelanggan

Adapun atribut-atribut pernyataan Fungsional dan Disfungsional pada kuesioner Kano.

Tabel 4.2 Atribut Pelayanan Model Kano

No.	Pernyataan Fungsional	Pernyataan Disfungsional
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)		
1	Perusahaan memiliki area gedung yang luas dan nyaman	Perusahaan Tidak memiliki area gedung yang luas dan nyaman
2	Perusahaan memiliki lahan parkir yang luas dan aman	Perusahaan Tidak memiliki lahan parkir yang luas dan aman
3	Perusahaan memiliki jenis <i>department store</i> yang memadai dan lengkap	Perusahaan Tidak memiliki jenis <i>department store</i> yang memadai dan lengkap
4	Perusahaan memiliki ruangan yang bersih dan nyaman	Perusahaan Tidak memiliki ruangan yang bersih dan nyaman
5	Perusahaan menyediakan <i>Eskalator</i> dan <i>Elevator</i> yang memudahkan pelanggan mengakses lantai lainnya	Perusahaan Tidak menyediakan <i>Eskalator</i> dan <i>Elevator</i> yang memudahkan pelanggan mengakses lantai lainnya
6	Perusahaan menyediakan sarana umum seperti ATM, Toilet dan Tempat Ibadah	Perusahaan Tidak menyediakan sarana umum seperti ATM, Toilet dan Tempat Ibadah
Kehandalan (<i>Reliability</i>)		
7	Petugas memahami semua fitur yang ada di perusahaan	Petugas Tidak memahami semua fitur yang ada di perusahaan
8	Petugas mampu menjelaskan tata cara pelayanan kepada pelanggan dengan baik dan jelas	Petugas Tidak mampu menjelaskan tata cara pelayanan kepada pelanggan dengan baik dan jelas

Tabel 4.2 Atribut Pelayanan Model Kano (*Lanjutan*)

No.	Pernyataan Fungsional	Pernyataan Disfungsional
Kehandalan (<i>Reliability</i>)		
9	Petugas mampu menjelaskan hasil rekapitulasi transaksi barang yang dibeli oleh pelanggan dengan baik dan jelas	Petugas Tidak mampu menjelaskan hasil rekapitulasi transaksi barang yang dibeli oleh pelanggan dengan baik dan jelas
10	Petugas mampu menjelaskan letak atau posisi produk yang ada di etalase swalayan	Petugas Tidak mampu menjelaskan letak atau posisi produk yang ada di etalase swalayan
11	Petugas mampu melayani pelanggan dengan baik saat melakukan transaksi	Petugas Tidak mampu melayani pelanggan dengan baik saat melakukan transaksi
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)		
12	Petugas menanggapi dengan cepat atas keluhan yang diberikan pelanggan	Petugas Tidak menanggapi dengan cepat atas keluhan yang diberikan pelanggan
13	Petugas bisa berkoordinasi dengan cepat ketika saat melayani pelanggan	Petugas Tidak bisa berkoordinasi dengan cepat ketika saat melayani pelanggan
Jaminan (<i>Assurance</i>)		
14	Perusahaan menjamin bahwa produk yang dibeli pelanggan adalah produk yang bagus/tidak cacat	Perusahaan Tidak menjamin bahwa produk yang dibeli pelanggan adalah produk yang bagus/tidak cacat
15	Perusahaan menjamin keamanan dan kenyamanan saat berbelanja	Perusahaan Tidak menjamin keamanan dan kenyamanan saat berbelanja
16	Perusahaan menjamin produk yang bermasalah dapat ditukarkan kembali	Perusahaan Tidak menjamin produk yang bermasalah dapat ditukarkan kembali
17	Perusahaan menjamin jumlah atau catatan transaksi sesuai dengan item belanja pelanggan	Perusahaan Tidak menjamin jumlah atau catatan transaksi sesuai dengan item belanja pelanggan
18	Perusahaan menjamin harga yang tertera di label sesuai dengan harga pada saat pembayaran	Perusahaan Tidak menjamin harga yang tertera di label sesuai dengan harga pada saat pembayaran
Empati (<i>Empathy</i>)		
19	Petugas selalu memberikan sapaan yang santun sebelum melayani pelanggan	Petugas Tidak memberikan sapaan yang santun sebelum melayani pelanggan
20	Petugas menggunakan bahasa dan komunikasi yang baik saat menanggapi keluhan pelanggan	Petugas Tidak menggunakan bahasa dan komunikasi yang baik saat menanggapi keluhan pelanggan
21	Petugas peduli dengan harapan setiap pelanggan	Petugas Tidak peduli dengan harapan setiap pelanggan

1. Pernyataan Fungsional menyatakan kondisi yang dirasakan apabila layanan yang disediakan terpenuhi/tersedia.
2. Pernyataan Disfungsional menyatakan kondisi yang dirasakan apabila layanan yang disediakan tidak terpenuhi/tersedia.

Keterangan Skala;

- S : Suka merupakan fasilitas/layanan yang disediakan berguna bagi Anda, dengan nilai skala adalah 1.
- H : Harapan merupakan fasilitas/layanan yang disediakan adalah suatu keharusan bagi Anda, dengan nilai skala adalah 2.
- N : Netral merupakan ada atau tidaknya fasilitas/layanan tersebut tidak berpengaruh bagi Anda, dengan nilai skala adalah 3.
- T : Toleransi merupakan fasilitas/layanan yang tidak Anda sukai namun Anda dapat menerima hal tersebut, dengan nilai skala adalah 4.
- TS : Tidak Suka merupakan fasilitas/layanan yang tidak dapat Anda terima, dengan nilai skala adalah 5.

4.2 Pengolahan Data

Teknik pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode *Service Quality* dan metode Kano, data yang digunakan adalah hasil dari menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Suzuya *Mall* Meulaboh.

4.2.1 Uji Validitas Data

Uji validitas data dilakukan dengan 100 orang responden. Pengolahan uji validitas data dengan nilai tingkat signifikansi (α) = 5%, nilai r dapat dilihat pada tabel r dengan derajat kebebasan (df) = $n-2 = 100-2 = 98$, nilai r tabel sebesar 0,1966. Uji validitas data pada penelitian ini dengan menggunakan *Software SPSS 16.0*.

Hasil uji validitas data kuesioner model *Servqual* (Harapan Pelanggan dan Kinerja Perusahaan), dilihat pada tabel 4.3-4.4.

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Harapan Pelanggan

Penyataan	r-Hitung	r-Tabel	Kesimpulan
P1	0.638	0.1966	Valid
P2	0.197	0.1966	Valid
P3	0.435	0.1966	Valid
P4	0.638	0.1966	Valid
P5	0.203	0.1966	Valid
P6	0.435	0.1966	Valid
P7	0.273	0.1966	Valid
P8	0.597	0.1966	Valid
P9	0.257	0.1966	Valid
P10	0.253	0.1966	Valid
P11	0.594	0.1966	Valid
P12	0.294	0.1966	Valid
P13	0.643	0.1966	Valid
P14	0.588	0.1966	Valid
P15	0.446	0.1966	Valid
P16	0.602	0.1966	Valid
P17	0.443	0.1966	Valid
P18	0.639	0.1966	Valid
P19	0.443	0.1966	Valid
P20	0.347	0.1966	Valid
P21	0.593	0.1966	Valid

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kinerja Perusahaan

Penyataan	r-Hitung	r-Tabel	Kesimpulan
P1	0.384	0.1966	Valid
P2	0.859	0.1966	Valid
P3	0.893	0.1966	Valid
P4	0.384	0.1966	Valid
P5	0.902	0.1966	Valid
P6	0.859	0.1966	Valid
P7	0.896	0.1966	Valid
P8	0.384	0.1966	Valid
P9	0.893	0.1966	Valid
P10	0.245	0.1966	Valid
P11	0.896	0.1966	Valid
P12	0.245	0.1966	Valid
P13	0.899	0.1966	Valid
P14	0.206	0.1966	Valid
P15	0.201	0.1966	Valid
P16	0.384	0.1966	Valid

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kinerja Perusahaan (*Lanjutan*)

Penyataan	r-Hitung	r-Tabel	Kesimpulan
P17	0.251	0.1966	Valid
P18	0.277	0.1966	Valid
P19	0.205	0.1966	Valid
P20	0.277	0.1966	Valid
P21	0.902	0.1966	Valid

Hasil uji validitas data kuesioner model Kano (Fungsional dan Disfungsional), dilihat pada tabel 4.5-4.6.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Pernyataan Fungsional

Penyataan	r-Hitung	r-Tabel	Kesimpulan
P1	0.495	0.1966	Valid
P2	0.568	0.1966	Valid
P3	0.623	0.1966	Valid
P4	0.695	0.1966	Valid
P5	0.615	0.1966	Valid
P6	0.672	0.1966	Valid
P7	0.700	0.1966	Valid
P8	0.756	0.1966	Valid
P9	0.804	0.1966	Valid
P10	0.835	0.1966	Valid
P11	0.810	0.1966	Valid
P12	0.788	0.1966	Valid
P13	0.754	0.1966	Valid
P14	0.750	0.1966	Valid
P15	0.748	0.1966	Valid
P16	0.691	0.1966	Valid
P17	0.725	0.1966	Valid
P18	0.646	0.1966	Valid
P19	0.713	0.1966	Valid
P20	0.791	0.1966	Valid
P21	0.682	0.1966	Valid

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Pernyataan Disfungsional

Penyataan	r-Hitung	r-Tabel	Kesimpulan
P1	0.855	0.1966	Valid
P2	0.816	0.1966	Valid
P3	0.851	0.1966	Valid
P4	0.907	0.1966	Valid
P5	0.847	0.1966	Valid
P6	0.922	0.1966	Valid
P7	0.919	0.1966	Valid
P8	0.945	0.1966	Valid
P9	0.941	0.1966	Valid
P10	0.954	0.1966	Valid
P11	0.927	0.1966	Valid
P12	0.929	0.1966	Valid
P13	0.946	0.1966	Valid
P14	0.932	0.1966	Valid
P15	0.942	0.1966	Valid
P16	0.942	0.1966	Valid
P17	0.952	0.1966	Valid
P18	0.931	0.1966	Valid
P19	0.928	0.1966	Valid
P20	0.935	0.1966	Valid
P21	0.952	0.1966	Valid

Pengambilan keputusan terhadap uji validitas data adalah dengan melihat hasil r-Hitung lebih besar atau sama dengan r-Tabel ($r\text{-Hitung} \geq r\text{-Tabel}$).

4.2.2 Uji Reliabilitas Data

Hasil uji reliabilitas data kuesioner model *Servqual* (Harapan Pelanggan dan Kinerja Perusahaan) dan Model Kano (Fungsional dan Disfungsional), dilihat pada tabel 4.7-4.8.

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Model *Servqual*

No	Jenis Pernyataan	Cronbach's Alpha	R Tabel	Kesimpulan
1	Harapan	0.805	0.60	Reliabel
2	Kinerja	0.885	0.60	Reliabel

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Model Kano

No	Jenis Pernyataan	Cronbach's Alpha	R Tabel	Kesimpulan
1	Fungsional	0.947	0.60	Reliabel
2	Disfungsional	0.991	0.60	Reliabel

Kuesioner dinyatakan Reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* \geq R-Tabel (0,60). Dari hasil uji reliabilitas pada tabel di atas, semua data dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari nilai R-Tabel.

4.2.3 Pengolahan Data *Service Quality (Servqual)*

Pada perhitungan ini, nilai dari hasil perhitungan didapatkan dari perhitungan semua atribut dengan rumus nilai rata-rata kinerja perusahaan dikurangi dengan rata-rata nilai dari harapan pelanggan. Hasil dari perhitungan dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9 Rekapitulasi Nilai Kinerja, Harapan, GAP dan Rank

No.	Atribut	Mean		GAP P-H	Rank
		Kinerja (P)	Harapan (H)		
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)					
1	Perusahaan memiliki area gedung yang luas dan nyaman	2.92	4.20	-1.28	9
2	Perusahaan memiliki lahan parkir yang luas dan aman	2.82	4.17	-1.35	1
3	Perusahaan memiliki jenis <i>department store</i> yang memadai dan lengkap	2.91	4.06	-1.15	17
4	Perusahaan memiliki ruangan yang bersih dan nyaman	2.92	4.20	-1.28	8
5	Perusahaan menyediakan <i>Eskalator</i> dan <i>Elevator</i> yang memudahkan pelanggan mengakses lantai lainnya	2.88	4.18	-1.30	5
6	Perusahaan menyediakan sarana umum seperti ATM, Toilet dan Tempat Ibadah	2.82	4.06	-1.24	12
Mean		2.88	4.15	-1.27	
Kehandalan (<i>Reliability</i>)					
7	Petugas memahami semua fitur yang ada di perusahaan	2.90	4.07	-1.17	16
8	Petugas mampu menjelaskan tata cara pelayanan kepada pelanggan dengan baik dan jelas	2.92	4.18	-1.26	11

Tabel 4.9 Rekapitulasi Nilai Kinerja, Harapan, GAP dan Rank (Lanjutan)

No.	Atribut	Mean		GAP	Rank
		Kinerja (P)	Harapan (H)	P-H	
Kehandalan (Reliability)					
9	Petugas mampu menjelaskan hasil rekapitulasi transaksi barang yang dibeli oleh pelanggan dengan baik dan jelas	2.91	4.22	-1.31	4
10	Petugas mampu menjelaskan letak atau posisi produk yang ada di etalase swalayan	3.01	4.23	-1.22	13
11	Petugas mampu melayani pelanggan dengan baik saat melakukan transaksi	2.90	4.19	-1.29	7
<i>Mean</i>		2.93	4.18	-1.25	
Daya Tanggap (Responsiveness)					
12	Petugas menanggapi dengan cepat atas keluhan yang diberikan pelanggan	3.01	4.32	-1.31	2
13	Petugas bisa berkoordinasi dengan cepat ketika saat melayani pelanggan	2.90	4.21	-1.31	3
<i>Mean</i>		2.96	4.27	-1.31	
Jaminan (Assurance)					
14	Perusahaan menjamin bahwa produk yang dibeli pelanggan adalah produk yang bagus/tidak cacat	2.97	4.17	-1.20	15
15	Perusahaan menjamin keamanan dan kenyamanan saat berbelanja	3.02	4.13	-1.11	18
16	Perusahaan menjamin produk yang bermasalah dapat ditukarkan kembali	2.92	4.19	-1.27	10
17	Perusahaan menjamin jumlah atau catatan transaksi sesuai dengan item belanja pelanggan	3.15	4.12	-0.97	21
18	Perusahaan menjamin harga yang tertera di label sesuai dengan harga pada saat pembayaran	3.16	4.21	-1.05	20
<i>Mean</i>		3.04	4.16	-1.12	
Empati (Empathy)					
19	Petugas selalu memberikan sapaan yang santun sebelum melayani pelanggan	2.91	4.12	-1.21	14
20	Petugas menggunakan bahasa dan komunikasi yang baik saat menanggapi keluhan pelanggan	3.16	4.22	-1.06	19
21	Petugas peduli dengan harapan setiap pelanggan	2.88	4.18	-1.30	5
<i>Mean</i>		2.98	4.17	-1.19	

Berdasarkan tabel diatas, kolom yang diberi warna merah menandakan hasil rangking GAP sama yaitu rangking 5 (pada atribut 5 dan atribut 21).

Setelah mendapatkan hasil perhitungan dari kesenjangan antara kinerja perusahaan dengan harapan pelanggan, selanjutnya melakukan perhitungan kualitas dari tiap-tiap dimensi yaitu dengan rumus Q. Jika nilai $Q \geq 1$, maka kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan dikatakan baik. Nilai hasil akhir dalam kualitas pelayanan dari setiap dimensi pelayanan Suzuya Mall Meulaboh, dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10 Nilai Kualitas Layanan (Q) Suzuya Mall Meulaboh

No	Dimensi	Kinerja (P)	Harapan (H)	GAP	Q=P/H
1	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	2.88	4.15	-1.27	0.69
2	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	2.93	4.18	-1.25	0.70
3	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	2.96	4.27	-1.31	0.69
4	Jaminan (<i>Assurance</i>)	3.04	4.16	-1.12	0.73
5	Empati (<i>Empathy</i>)	2.98	4.17	-1.19	0.71
	Mean	2.96	4.19	-1.23	0.71

Perhitungan nilai Q pada tabel diatas belum dapat memenuhi standar kualitas pelayanan, karena nilai Q pada tabel didapatkan hasil sebesar 0,71. Artinya kualitas pelayanan belum dikatakan baik karena nilai $Q (0,71) < 1$.

4.2.4 Pengolahan Data Metode Kano

1. Menentukan Klasifikasi Atribut Layanan Berdasarkan Kategori Kano

Mengategorikan atribut layanan merupakan langkah utama yang harus dilakukan pada metode kano yaitu dengan cara seluruh jawaban dari responden dikelompokkan berdasarkan jenis pertanyaan (Fungsional dan Disfungsional). Tabel Evaluasi Kano digunakan untuk mengelompokkan suatu atribut dari setiap responden. Tabel Evaluasi dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11 Tabel Evaluasi Kano

		Disfungsional				
		1	2	3	4	5
Kebutuhan Pelanggan		Suka	Mengharapkan	Netral	Toleransi	Tidak Suka
Fungsional	1. Suka	Q	A	A	A	O
	2. Mengharapkan	R	I	I	I	M
	3. Netral	R	I	I	I	M
	4. Toleransi	R	I	I	I	M
	5. Tidak Suka	R	R	R	R	Q

Keterangan:

A = *Attractive*

Q = *Questionable*

O = *One-Dimensional*

R = *Reverse*

M = *Must-be*

I = *Indifferent*

Penentuan kategori kano dilakukan dengan cara menentukan titik temu sesuai dengan jawaban tiap-tiap atribut berdasarkan jenis pertanyaannya (fungsional dan disfungsional), maka akan diperoleh hasil titik temu antara pertanyaan fungsional dengan disfungsional untuk menentukan atribut tersebut ke dalam metode kano. Titik temu yang dimaksud pada penjelasan diatas adalah sebagai berikut:

1 – 1 = *Questionable*

3 – 4 = *Indifferent*

1 – 2 = *Attractive*

3 – 5 = *Must Be*

1 – 3 = *Attractive*

4 – 1 = *Reverse*

1 – 4 = *Attractive*

4 – 2 = *Indifferent*

1 – 5 = *One Dimensional*

4 – 3 = *Indifferent*

2 – 1 = *Reverse*

4 – 4 = *Indifferent*

2 – 2 = *Indifferent*

4 – 5 = *Must Be*

2 – 3 = *Indifferent*

5 – 1 = *Reverse*

2 – 4 = *Indifferent*

5 – 2 = *Reverse*

2 – 5 = *Must Be*

5 – 3 = *Reverse*

3 – 1 = *Reverse*

5 – 4 = *Reverse*

3 – 2 = *Indifferent*

5 – 5 = *Questionable*

3 – 3 = *Indifferent*

Berikut merupakan hasil penentuan klasifikasi setiap atribut ke kategori Kano, disajikan pada tabel 4.12.

Tabel 4.12 Klasifikasi Atribut Metode Kano

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
1	I	I	I	I	A	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
2	A	O	R	O	O	O	A	I	I	I	I	I	R	I	I	I	I	O	I	I	M
3	I	I	M	M	M	O	M	O	O	O	O	M	M	A	M	M	M	O	O	O	M
4	A	A	A	A	A	O	O	O	O	O	O	O	O	M	M	M	M	M	M	M	M
5	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q
6	I	I	Q	Q	Q	Q	Q	R	Q	Q	Q	I	I	I	A	I	A	Q	I	Q	I
7	M	Q	O	O	O	O	O	M	O	O	O	M	O	O	O	M	O	Q	M	M	O
8	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
9	I	R	I	I	A	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
10	I	Q	I	Q	R	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	R	R	Q	Q	Q	Q
11	O	Q	Q	Q	Q	Q	Q	M	M	M	M	M	M	M	M	M	O	O	O	O	M
12	I	A	I	O	O	O	A	O	O	O	A	M	A	M	M	M	A	I	O	O	A
13	O	A	I	O	O	O	O	I	I	A	O	M	O	M	I	I	I	O	O	O	O
14	O	M	O	O	I	O	O	M	O	O	O	M	O	M	O	M	O	M	A	A	A
15	A	R	I	I	I	R	R	I	I	I	I	R	R	Q	Q	M	I	I	I	I	M
16	R	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q
17	O	O	I	O	O	O	I	I	M	M	O	I	M	M	O	I	M	O	M	M	M
18	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q
19	R	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	A	R	R	I	I	I	I	I	A	A
20	Q	M	Q	M	Q	M	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q
21	Q	A	R	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q
22	A	M	I	I	I	A	M	O	O	O	O	M	A	A	A	A	I	A	A	A	A
23	M	M	M	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	M	O	O	M	M	M
24	M	A	I	O	I	A	O	O	A	O	O	O	O	M	O	O	O	O	O	A	O

Tabel 4.12 Klasifikasi Atribut Metode Kano (*Lanjutan*)

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
50	I	I	A	O	O	A	M	M	A	A	O	A	A	O	O	O	O	O	O	O	O
51	A	I	I	O	O	A	M	M	O	O	O	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M
52	M	I	O	O	O	M	M	M	A	I	A	A	I	M	M	M	O	O	M	O	O
53	O	O	M	O	O	O	O	O	O	O	O	O	A	O	O	M	O	M	A	O	O
54	O	O	O	Q	O	O	O	O	M	O	O	I	I	I	O	I	O	A	M	O	I
55	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O
56	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	M	M	M	O	O	O	M
57	R	R	R	Q	Q	Q	R	R	Q	R	I	R	I	Q	Q	R	R	Q	R	R	R
58	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O
59	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O
60	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O
61	A	A	I	A	A	A	I	I	I	A	A	A	A	A	A	A	A	A	I	A	A
62	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q
63	I	M	I	A	A	A	M	M	M	I	M	I	I	M	M	I	M	M	O	M	M
64	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O
65	I	R	R	Q	R	Q	A	R	R	A	R	I	A	A	Q	Q	R	I	Q	I	R
66	A	A	A	A	A	A	I	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
67	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O
68	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O
69	O	M	M	O	O	M	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O
70	O	A	M	O	O	O	O	M	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	M
71	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O
72	A	A	A	O	O	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
73	A	I	I	A	A	A	I	I	I	I	I	I	I	I	M	I	M	O	O	O	O

Tabel 4.12 Klasifikasi Atribut Metode Kano (*Lanjutan*)

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
74	Q	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
75	I	A	I	I	I	I	I	I	I	A	I	A	I	M	I	I	I	I	I	I	I
76	A	I	I	I	I	I	I	I	I	I	A	I	I	I	I	I	I	A	A	I	I
77	O	O	O	O	O	O	O	O	M	M	M	M	M	O	O	O	M	O	M	I	M
78	I	I	A	A	Q	A	Q	A	A	A	Q	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
79	M	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O
80	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O
81	O	M	A	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	M	O	M	M	O	O	O	O
82	A	I	A	A	A	A	A	R	R	R	R	R	Q	I	Q	Q	A	Q	R	R	Q
83	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O
84	A	M	I	O	O	O	A	I	A	A	A	O	I	I	I	A	A	M	A	A	M
85	O	I	A	M	A	I	M	M	M	O	M	O	O	M	A	M	O	O	O	O	M
86	O	O	O	O	O	O	O	A	O	O	O	O	O	O	O	M	O	O	O	O	O
87	O	O	O	O	O	A	A	O	O	O	O	O	M	M	M	M	M	M	O	O	O
88	O	M	O	O	M	M	O	O	O	O	O	M	M	M	M	M	M	M	O	O	M
89	I	M	I	O	M	M	M	O	O	O	O	O	M	O	O	M	M	O	O	O	O
90	O	M	M	O	O	O	O	M	O	M	O	O	O	M	O	M	M	M	O	O	M
91	M	O	O	O	O	O	I	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O
92	A	I	I	A	A	I	I	I	A	I	I	I	I	I	I	I	I	I	A	A	O
93	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	A	A	M	O	O	O	O	O	O	O	O
94	A	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
95	I	A	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
96	I	I	I	A	A	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	A	I
97	O	O	M	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O
98	I	I	A	A	A	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
99	I	I	I	O	O	O	O	I	O	O	O	I	O	O	O	O	O	O	O	O	I
100	I	A	M	O	M	A	O	O	A	A	O	A	A	M	O	O	O	O	O	O	A

Hasil dari tabel diatas didapat dengan cara setiap butir pertanyaan fungsional dan disfungsional disatukan dalam Tabel Klasifikasi Atribut (Tabel 2.1) dan didapatkan hasil sesuai dengan titik temu di tabel. Misalnya, Responden pada pertanyaan 1 memilih jawaban 3 fungsional (Lampiran 4) dan 3 disfungsional (Lampiran 5) maka atribut tersebut termasuk kategori *Indifferent*, pada pertanyaan 16 responden memilih jawaban 4 fungsional dan 4 disfungsional maka atribut tersebut juga termasuk kategori *Indifferent*. Cara ini digunakan untuk setiap pertanyaan pada setiap responden hingga menghasilkan klasifikasi atribut pada metode Kano.

2. Tabulasi Berdasarkan Kebutuhan Pelanggan dalam Kategori Kano

Setelah mendapatkan hasil klasifikasi atribut fungsional dan disfungsional, kemudian melakukan pengelompokan dan melakukan perhitungan dari hasil klasifikasi sehingga langkah ini hanya menentukan jumlah kategori Kano di setiap atribut. Tabel Tabulasi Kebutuhan Pelanggan pada Kategori Kano dapat dilihat pada Tabel 4.13 berikut:

Tabel 4.13 Tabulasi Kebutuhan Pelanggan

Atribut	Kategori Kano						Total
	M	O	A	I	R	Q	
1	7	36	20	26	4	7	100
2	12	27	18	30	5	8	100
3	12	25	13	36	7	7	100
4	5	48	15	16	1	15	100
5	4	40	25	15	4	12	100
6	7	38	19	20	4	12	100
7	11	33	16	23	6	11	100
8	12	36	10	24	9	9	100
9	9	39	17	18	6	11	100
10	5	40	19	20	5	11	100
11	4	44	17	18	3	14	100
12	14	31	16	25	6	8	100
13	10	33	19	22	4	12	100
14	21	32	13	19	3	12	100
15	17	38	15	15	1	14	100
16	23	25	9	28	6	9	100

Tabel 4.13 Tabulasi Kebutuhan Pelanggan (*Lanjutan*)

Atribut	Kategori Kano						Total
	M	O	A	I	R	Q	
17	17	36	15	20	5	7	100
18	13	39	17	15	1	15	100
19	12	39	19	16	4	10	100
20	13	40	18	16	4	9	100
21	22	31	17	15	4	11	100

2. Menentukan Kategori Kano Untuk Tiap Atribut Layanan

Menentukan kategori kano dilakukan setelah penentuan kebutuhan dilakukan, penentuan kategori kano dilakukan dengan menggunakan *Blauth's Formula* antara lain:

1. Jika $(One-Dimensional + Attractive + Must-be) > (Indifferent + Reverse + Questionable)$ maka *Grade* yang diperoleh adalah hasil nilai yang paling besar/maksimum dari $(One-Dimensional, Attractive$ dan $Must-be)$.
2. Jika $(One-Dimensional + Attractive + Must-be) < (Indifferent + Reverse + Questionable)$ maka *Grade* yang diperoleh adalah hasil nilai yang paling besar/maksimum dari $(Indifferent, Revers$ dan $Questionable)$.
3. Jika $(One-Dimensional + Attractive + Must-be) = (Indifferent + Reverse + Questionable)$ maka *Grade* yang diperoleh adalah hasil nilai yang paling besar/maksimum dari $(One-Dimensional, Attractive, Must-be, Indifferent Reverse$ dan $Questionable)$.

Keterangan:

a. *One-Dimensional*

Menandakan kepuasan pelanggan meningkat apabila atribut berfungsi dengan baik. Sebaliknya, apabila jika atribut tidak berfungsi sebagai mana mestinya maka akan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan.

b. *Attractive*

Kategori ini memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan jika diberikan. Kategori *Attractive* perlu dipertahankan karena pemenuhan kategori ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang sangat tinggi.

c. *Must-be*

Menandakan pelanggan tidak merasa puas apabila atribut memiliki kinerja yang rendah, tetapi meskipun kinerja dari atribut tersebut baik/tinggi kepuasan pelanggan tidak akan meningkat melebihi netral.

d. *Reverse*

Tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan dikarenakan atribut yang bersangkutan tidak berfungsi dengan semestinya.

e. *Questionable*

Berarti kepuasan pelanggan tidak dapat didefinisikan karena jawaban yang diberikan oleh pelanggan terdapat kontradiksi/berlawanan.

f. *Indifferent*

Menandakan tingkat kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi dengan ada atau tidaknya atribut tersebut.

Hasil penjumlahan dari pengkategorian atribut kano dengan menggunakan *Blauth's Formula* disajikan pada Tabel 4.14 berikut:

Tabel 4.14 Penjumlahan Tiap Atribut Dalam Kategori Kano

Atribut	Kategori Kano		Total
	M+O+A	I+R+Q	
1	63	37	100
2	57	43	100
3	50	50	100
4	68	32	100
5	69	31	100
6	64	36	100
7	60	40	100
8	58	42	100
9	65	35	100
10	64	36	100
11	65	35	100
12	61	39	100
13	62	38	100
14	66	34	100
15	70	30	100
16	57	43	100
17	68	32	100

Tabel 4.14 Penjumlahan Tiap Atribut Dalam Kategori Kano (*Lanjutan*)

Atribut	Kategori Kano		Total
	M+O+A	I+R+Q	
18	69	31	100
19	70	30	100
20	71	29	100
21	70	30	100

Penjumlahan pada tabel diatas dilakukan dengan cara mengelompokkan 6 kategori ke dalam 2 kelompok yang terdiri dari *Must-be*, *One-Dimension* dan *Attractive* menjadi kelompok 1 dan kelompok 2 terdiri dari kategori *Indifferent Reverse* dan *Questionable*. Nilai masing-masing kategori dapat dilihat pada Tabel 4.13 lalu dihitung untuk melihat hasil jumlah terbesar antara 2 kelompok dengan menggunakan *Blauth's Formula*.

Setelah penjumlahan berdasarkan aturan penggunaan *Blauth's Formula* seperti pada tabel diatas dilakukan, maka hasil yang didapatkan pada kategori *One-Dimensional*, *Attractive* dan *Must-be* mempunyai nilai yang lebih besar dibandingkan kategori *Indifferent Reverse* dan *Questionable*. Namun pada atribut yang ke-3 pada tabel diatas terdapat hasil yang sama yaitu masing-masing sebesar 50. Untuk mendapatkan hasil akhir pada metode kano selanjutnya menentukan *Grade* masing-masing atribut ke dalam kategori kano dengan melihat nilai maksimum dari tabel tabulasi (Tabel 4.13). Penentuan *Grade* pada atribut kano dapat dilihat Tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.15 Penentuan *Grade* Pada Atribut Kano

Atribut	Kategori Kano						Total	Grade
	M	O	A	I	R	Q		
1	7	36	20	26	4	7	100	O
2	12	27	18	30	5	8	100	O
3	12	25	13	36	7	7	100	I
4	5	48	15	16	1	15	100	O
5	4	40	25	15	4	12	100	O
6	7	38	19	20	4	12	100	O
7	11	33	16	23	6	11	100	O
8	12	36	10	24	9	9	100	O
9	9	39	17	18	6	11	100	O

Tabel 4.15 Penentuan *Grade* Pada Atribut Kano (*Lanjutan*)

Atribut	Kategori Kano						Total	Grade
	M	O	A	I	R	Q		
10	5	40	19	20	5	11	100	O
11	4	44	17	18	3	14	100	O
12	14	31	16	25	6	8	100	O
13	10	33	19	22	4	12	100	O
14	21	32	13	19	3	12	100	O
15	17	38	15	15	1	14	100	O
16	23	25	9	28	6	9	100	O
17	17	36	15	20	5	7	100	O
18	13	39	17	15	1	15	100	O
19	12	39	19	16	4	10	100	O
20	13	40	18	16	4	9	100	O
21	22	31	17	15	4	11	100	O

Hasil pada tabel diatas, *grade* pada atribut 3 diambil dari kategori *Indifferent* karena hasil pada saat menjumlahkan semua kategori berdasarkan *Blauth's Formula* yaitu $(M+O+A) = (I+R+Q)$, maka *grade* diambil adalah hasil dari nilai maksimum antara 6 kategori (*One-Dimensional, Attractive, Must-be, Indifferent, Reverse* dan *Questionable*). Sedangkan untuk atribut yang lain hasil dari penjumlahan $(M+O+A) > (I+R+Q)$, maka *grade* yang diambil adalah nilai yang paling besar dari kategori (*One-Dimensional, Attractive* dan *Must-be*).

Setelah mendapatkan hasil dari *grade* kategori kano, selanjutnya menentukan tingkatan atribut layanan berdasarkan atribut kano seperti pada Tabel 4.16 berikut:

Tabel 4.16 Tingkatan Atribut Layanan Kategori Kano

No	Atribut	Kategori Kano
1	Perusahaan memiliki area gedung yang luas dan nyaman	<i>One-Dimensional</i>
2	Perusahaan memiliki lahan parkir yang luas dan aman	<i>One-Dimensional</i>
3	Perusahaan memiliki jenis <i>department store</i> yang memadai dan lengkap	<i>Indifferent</i>
4	Perusahaan memiliki ruangan yang bersih dan nyaman	<i>One-Dimensional</i>
5	Perusahaan menyediakan <i>Eskalator</i> dan <i>Elevator</i> yang memudahkan pelanggan mengakses lantai lainnya	<i>One-Dimensional</i>

Tabel 4.16 Tingkatan Atribut Layanan Kategori Kano (*Lanjutan*)

No	Atribut	Kategori Kano
6	Perusahaan menyediakan sarana umum seperti ATM, Toilet dan Tempat Ibadah	<i>One-Dimensional</i>
7	Petugas memahami semua fitur yang ada di perusahaan	<i>One-Dimensional</i>
8	Petugas mampu menjelaskan tata cara pelayanan kepada pelanggan dengan baik dan jelas	<i>One-Dimensional</i>
9	Petugas mampu menjelaskan hasil rekapitulasi transaksi barang yang dibeli oleh pelanggan dengan baik dan jelas	<i>One-Dimensional</i>
10	Petugas mampu menjelaskan letak atau posisi produk yang ada di etalase swalayan	<i>One-Dimensional</i>
11	Petugas mampu melayani pelanggan dengan baik saat melakukan transaksi	<i>One-Dimensional</i>
12	Petugas menanggapi dengan cepat atas keluhan yang diberikan pelanggan	<i>One-Dimensional</i>
13	Petugas bisa berkoordinasi dengan cepat ketika saat melayani pelanggan	<i>One-Dimensional</i>
14	Perusahaan menjamin bahwa produk yang dibeli pelanggan adalah produk yang bagus/tidak cacat	<i>One-Dimensional</i>
15	Perusahaan menjamin keamanan dan kenyamanan saat berbelanja	<i>One-Dimensional</i>
16	Perusahaan menjamin produk yang bermasalah dapat ditukarkan kembali	<i>One-Dimensional</i>
17	Perusahaan menjamin jumlah atau catatan transaksi sesuai dengan item belanja pelanggan	<i>One-Dimensional</i>
18	Perusahaan menjamin harga yang tertera di label sesuai dengan harga pada saat pembayaran	<i>One-Dimensional</i>
19	Petugas selalu memberikan sapaan yang santun sebelum melayani pelanggan	<i>One-Dimensional</i>
20	Petugas menggunakan bahasa dan komunikasi yang baik saat menanggapi keluhan pelanggan	<i>One-Dimensional</i>
21	Petugas peduli dengan harapan setiap pelanggan	<i>One-Dimensional</i>

Hasil penentuan kategori kano pada tabel diatas dilakukan berdasarkan hasil nilai dengan jumlah maksimal pada penentuan *Grade* atribut kano (Tabel 4.15) dengan hasil pada atribut 3 masuk kategori *Indifferent* karena memperoleh nilai maksimum dari kategori lainnya yaitu 36, lalu hasil *grade* tersebut dimasukkan ke dalam Tabel 4.16 diatas, sehingga hasil akhir yang didapatkan berupa kategori untuk masing-masing atribut.

BAB 5

ANALISIS DAN EVALUASI

5.1 Analisis

5.1.1 Analisis Jumlah Sampel

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus sampel tak hingga yaitu $n = \frac{z^2}{4(Moe)^2}$ dengan tingkat keyakinan 90% (*Margin of Error* = 0,10). Sehingga hasil yang didapatkan sebanyak 96,04 kemudian dibulatkan menjadi 100 Orang responden.

5.1.2 Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Data

Uji validitas bertujuan untuk melihat ketepatan dan kecermatan suatu instrumen/alat ukur dalam melakukan pengukuran. Validitas dibedakan menjadi dua yaitu validitas faktor dan validitas item. Validitas faktor dilihat dari korelasi antara skor faktor dengan skor total faktor dilakukan jika memiliki lebih dari satu faktor, sedangkan validitas item adalah korelasi skor item dengan skor total item. Berdasarkan hasil uji validitas data kinerja perusahaan, harapan pelanggan, data fungsional dan disfungsional menunjukkan nilai *r* Hitung lebih besar dari nilai *r* Tabel pada setiap pertanyaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut sudah *Valid*.

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat tingkat konsistensi hasil penelitian saat dilakukan berulang-ulang kali. Indikator uji reliabilitas adalah dengan melihat nilai *alpha cronbach's*, sebuah instrumen dikatakan reliabel jika nilai *alpha cronbach's* yang didapat sebesar $\geq 0,6$. Berdasarkan uji reliabilitas pada Tabel 4.7-4.8 menunjukkan nilai *alpha cronbach's* $> 0,6$ artinya data dinyatakan reliabel.

5.1.3 Analisis GAP Skor *Servqual* Tiap-Tiap Atribut

Hasil perhitungan yang didapatkan dari 21 pertanyaan mengenai atribut-atribut pelayanan yang disebarkan kepada responden dimana responden merupakan pelanggan Suzuya *Mall* Meulaboh sebanyak 100 orang. Skor Gap yang diperoleh dari selisih nilai kinerja (P) - Harapan (H) dengan hasil dari perhitungan tiap-tiap atribut didapatkan nilai negatif (Tabel 4.9). Hal ini menandakan bahwa Layanan yang diberikan oleh Suzuya *Mall* Meulaboh belum memenuhi standar kepuasan pelanggan.

Tabel 5.1 *Ranking* GAP Skor *Servqual*

No	Atribut	GAP	Rank
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)			
1	Perusahaan memiliki area gedung yang luas dan nyaman	-1.28	9
2	Perusahaan memiliki lahan parkir yang luas dan aman	-1.35	1
3	Perusahaan memiliki jenis <i>department store</i> yang memadai dan lengkap	-1.15	17
4	Perusahaan memiliki ruangan yang bersih dan nyaman	-1.28	8
5	Perusahaan menyediakan <i>Eskalator</i> dan <i>Elevator</i> yang memudahkan pelanggan mengakses lantai lainnya	-1.30	5
6	Perusahaan menyediakan sarana umum seperti ATM, Toilet dan Tempat Ibadah	-1.24	12
Kehandalan (<i>Reliability</i>)			
7	Petugas memahami semua fitur yang ada di perusahaan	-1.17	16
8	Petugas mampu menjelaskan tata cara pelayanan kepada pelanggan dengan baik dan jelas	-1.26	11
9	Petugas mampu menjelaskan hasil rekapitulasi transaksi barang yang dibeli oleh pelanggan dengan baik dan jelas	-1.31	4
10	Petugas mampu menjelaskan letak atau posisi produk yang ada di etalase swalayan	-1.22	13
11	Petugas mampu melayani pelanggan dengan baik saat melakukan transaksi	-1.29	7

Tabel 5.1 *Ranking GAP Skor Servqual (Lanjutan)*

No	Atribut	GAP	Rank
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)			
12	Petugas menanggapi dengan cepat atas keluhan yang diberikan pelanggan	-1.31	2
13	Petugas bisa berkoordinasi dengan cepat ketika saat melayani pelanggan	-1.31	3
Jaminan (<i>Assurance</i>)			
14	Perusahaan menjamin bahwa produk yang dibeli pelanggan adalah produk yang bagus/tidak cacat	-1.20	15
15	Perusahaan menjamin keamanan dan kenyamanan saat berbelanja	-1.11	18
16	Perusahaan menjamin produk yang bermasalah dapat ditukarkan kembali	-1.27	10
17	Perusahaan menjamin jumlah atau catatan transaksi sesuai dengan item belanja pelanggan	-0.97	21
18	Perusahaan menjamin harga yang tertera di label sesuai dengan harga pada saat pembayaran	-1.05	20
Empati (<i>Empathy</i>)			
19	Petugas selalu memberikan sapaan yang santun sebelum melayani pelanggan	-1.21	14
20	Petugas menggunakan bahasa dan komunikasi yang baik saat menanggapi keluhan pelanggan	-1.06	19
21	Petugas peduli dengan harapan setiap pelanggan	-1.30	5

Hasil Skor GAP pada tabel diatas diperoleh dari selisih antara nilai kinerja perusahaan dikurangi dengan nilai harapan pelanggan dan nilai ranking diambil dari nilai negatif GAP terkecil hingga nilai terbesar. Hasil skor GAP yang didapatkan dari semua atribut adalah negatif yang menandakan perusahaan semakin rendah untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tabel diatas, terlihat skor GAP yang memiliki nilai negatif paling besar dengan ranking 1 terdapat pada atribut ke-2 yaitu “Perusahaan memiliki lahan parkir yang luas dan aman” dengan skor sebesar -1,35. Terlihat bahwa lahan parkir yang disediakan perusahaan kurang memadai, seperti untuk lahan parkir kendaraan roda 4 yang harus menggunakan bahu jalan yang sempit sebagai tempat parkir dan hanya muat untuk beberapa mobil saja. Oleh karena itu,

atribut tersebut menjadi faktor penting dalam memenuhi tingkat kepuasan yang diinginkan pelanggan. Selanjutnya skor GAP dengan rangking 2 terdapat pada atribut “Petugas menanggapi dengan cepat atas keluhan yang diberikan pelanggan” dengan skor sebesar -1,31. Hal ini dikarenakan pada saat pelanggan memerlukan bantuan petugas perusahaan, petugas tidak menanggapi dengan cepat keluhan atau bantuan pelanggan. Oleh karena itu, hal tersebut membuat pelanggan merasa kurang puas terhadap pelayanan perusahaan. Untuk skor GAP terkecil terdapat pada atribut ke-17 dengan rangking 21 yaitu “Perusahaan menjamin jumlah atau catatan transaksi sesuai dengan item belanja pelanggan”. Pada tabel diatas terlihat bahwa semua skor GAP adalah bernilai negatif, hal ini menandakan bahwasanya perusahaan masih belum dapat memberikan kepuasan sepenuhnya kepada pelanggan atas pelayanan yang diberikan.

5.1.4 Analisis GAP Skor Tiap Dimensi *Servqual*

Hasil perhitungan yang dilakukan pada Tabel 4.10 terlihat bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Suzuya Mall Meulaboh masih belum dapat memenuhi harapan pelanggan. Hal tersebut didapatkan pada saat perhitungan skor Gap tiap dimensi berdasarkan Rumus $Q = P/H$ didapatkan nilai rata-rata sebesar 0,71 yang berarti skor GAP tiap dimensi tersebut belum dikatakan baik karena hasil yang didapatkan $0,71 \leq 1$.

5.1.5 Analisis Metode Kano

Pada penyelesaian dengan metode kano, kategori yang harus diperbaiki berdasarkan *Blauth's Formula* yaitu jika $(O+A+M) > (I+R+Q)$ maka *Grade* yang diperoleh adalah hasil nilai maksimum dari (*One-Dimensional, Attractive* dan *Must-be*), Jika $(O+A+M) = (I+R+Q)$ maka *Grade* yang diperoleh adalah hasil nilai maksimum dari (*One-Dimensional, Attractive, Must-be, Indifferent Reverse* dan *Questionable*).

a. *One-dimensional*

Apabila atribut berfungsi dengan baik maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan, sebaliknya jika kinerja atribut tidak berfungsi sebagaimana mestinya maka akan menurunkan kepuasan pelanggan.

Tabel 5.2 Kategori *One-dimensional*

No	Atribut	Kategori Kano
1	Perusahaan memiliki area gedung yang luas dan nyaman	<i>One-Dimensional</i>
2	Perusahaan memiliki lahan parkir yang luas dan aman	<i>One-Dimensional</i>
4	Perusahaan memiliki ruangan yang bersih dan nyaman	<i>One-Dimensional</i>
5	Perusahaan menyediakan <i>Eskalator</i> dan <i>Elevator</i> yang memudahkan pelanggan mengakses lantai lainnya	<i>One-Dimensional</i>
6	Perusahaan menyediakan sarana umum seperti ATM, Toilet dan Tempat Ibadah	<i>One-Dimensional</i>
7	Petugas memahami semua fitur yang ada di perusahaan	<i>One-Dimensional</i>
8	Petugas mampu menjelaskan tata cara pelayanan kepada pelanggan dengan baik dan jelas	<i>One-Dimensional</i>
9	Petugas mampu menjelaskan hasil rekapitulasi transaksi barang yang dibeli oleh pelanggan dengan baik dan jelas	<i>One-Dimensional</i>
10	Petugas mampu menjelaskan letak atau posisi produk yang ada di etalase swalayan	<i>One-Dimensional</i>
11	Petugas mampu melayani pelanggan dengan baik saat melakukan transaksi	<i>One-Dimensional</i>
12	Petugas menanggapi dengan cepat atas keluhan yang diberikan pelanggan	<i>One-Dimensional</i>
13	Petugas bisa berkoordinasi dengan cepat ketika saat melayani pelanggan	<i>One-Dimensional</i>
14	Perusahaan menjamin bahwa produk yang dibeli pelanggan adalah produk yang bagus/tidak cacat	<i>One-Dimensional</i>
15	Perusahaan menjamin keamanan dan kenyamanan saat berbelanja	<i>One-Dimensional</i>
16	Perusahaan menjamin produk yang bermasalah dapat ditukarkan kembali	<i>One-Dimensional</i>
17	Perusahaan menjamin jumlah atau catatan transaksi sesuai dengan item belanja pelanggan	<i>One-Dimensional</i>
18	Perusahaan menjamin harga yang tertera di label sesuai dengan harga pada saat pembayaran	<i>One-Dimensional</i>

Tabel 5.2 Kategori *One-dimensional* (Lanjutan)

No	Atribut	Kategori Kano
19	Petugas selalu memberikan sapaan yang santun sebelum melayani pelanggan	<i>One-Dimensional</i>
20	Petugas menggunakan bahasa dan komunikasi yang baik saat menanggapi keluhan pelanggan	<i>One-Dimensional</i>
21	Petugas peduli dengan harapan setiap pelanggan	<i>One-Dimensional</i>

b. *Indifferent*

Kategori yang kurang diperhatikan oleh pelanggan jika terdapat pada suatu atribut, tingkat kepuasan pelanggan tidak akan berpengaruh jika ada atau tidaknya atribut tersebut.

Tabel 5.3 Kategori *Indifferent*

No	Atribut	Kategori Kano
3	Perusahaan memiliki jenis <i>department store</i> yang memadai dan lengkap	<i>Indifferent</i>

5.2 Evaluasi

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwasanya pihak PT. Suzuya Mall Meulaboh harus mencoba melakukan perbaikan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Melakukan perbaikan merupakan hal yang penting karena hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga berdampak pada minat dalam menggunakan jasa perusahaan akan tinggi dan juga meningkatkan loyalitas pelanggan. Semakin baik pelayanan yang diberikan, maka pelanggan akan menggunakan jasa perusahaan secara terus menerus sehingga berdampak pada keuntungan perusahaan.

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Preferensi pelanggan berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diketahui bahwa kualitas layanan PT. Suzuya *Mall* Meulaboh masih dibawah harapan/ekspektasi pelanggan, hal ini dikarenakan oleh nilai setiap GAP yang didapatkan adalah negatif. Nilai GAP dengan jumlah yang paling besar adalah -1,35 terdapat pada atribut ke-2 yaitu “Perusahaan memiliki lahan parkir yang luas dan aman”, sedangkan nilai GAP dengan jumlah terkecil adalah -0,97 terdapat pada atribut ke-17 yaitu “Perusahaan menjamin jumlah atau catatan transaksi sesuai dengan item belanja pelanggan”.
2. Berdasarkan pengolahan data dengan metode *Service Quality*, diketahui bahwa PT. Suzuya *Mall* Meulaboh masih terdapat kekurangan dan pelanggan masih merasa kurang puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini dikarenakan hasil perhitungan nilai rata-rata seluruh dimensi *service quality* adalah 0,71 yang artinya kualitas pelayanan perusahaan masih belum bisa dikatakan baik karena nilai yang didapat adalah < 1 .
3. Atribut-atribut pelayanan PT. Suzuya *Mall* Meulaboh yang perlu di perbaiki/ditingkatkan berdasarkan kategori Kano yaitu:
 - a. Kategori *Indifferent* (ditingkatkan)

Atribut yang masuk ke dalam kategori *Indifferent* adalah atribut ke-3 yaitu “Perusahaan memiliki jenis *department store* yang memadai dan lengkap”. Atribut yang dikategorikan sebagai *Indifferent* merupakan atribut yang ada atau tidaknya atribut tersebut tidak mempengaruhi

tingkat kepuasan pelanggan, karena atribut ini tidak begitu diperhatikan oleh pelanggan.

b. Kategori *One-dimensional* (ditingkatkan)

Atribut yang termasuk ke dalam kategori *One-dimensional* seperti pada Tabel 5.2 yaitu atribut 1,2,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20 dan 21. Kategori ini menandakan kepuasan pelanggan akan meningkat apabila atribut berfungsi dengan baik dan jika atribut tidak berfungsi dengan baik maka kepuasan pelanggan akan menurun.

6.2 Saran

Setelah mendapatkan hasil penelitian, maka dari itu peneliti memberikan beberapa saran untuk PT. Suzuya *Mall* Meulaboh:

1. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat digunakan sebagai referensi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan sehingga kepuasan pelanggan meningkat.
2. Diharapkan kepada PT. Suzuya *Mall* Meulaboh untuk dapat meningkatkan pelayanan dengan memperhatikan atribut-atribut berdasarkan lima dimensi pelayanan yang ada pada penelitian ini.
3. Diharapkan kepada pihak PT. Suzuya *Mall* Meulaboh segera melakukan perbaikan pada atribut yang masih kurang guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D. P., & Sunarti, S. K. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 37(1), 171-177.
- Anggraeni, D. P., Kumadji, S., & Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 37(1), 171-177.
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Awa, H. O., Ikwor, N. K., & Ademe, D. G. (2021). Customer Satisfaction with Complaint Responses Under The Moderation of Involvement. *Cogent Business and Management*, 8(1).
- Bakhtiar, A., Susanty, A., & Massay, F. (2010). Analisis Kualitas Pelayanan Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual dan Model Kano (Studi Kasus: PT. PLN UPJ Semarang Selatan). *J@TI Undip*, 5(2), 77-84.
- Bitner, M. J., & Valarie, A. Z. (1996). *Services Marketing* (Edisi Pertama). Boston: MCGraw-Hill.
- Budi, D. S. (2009). *Integrasi Model Kano Ke Dalam Matriks Quality Function Deployment Pada Desain Pelayanan Perpustakaan*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Gozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Edisi Kedua). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gurmu, A., Galluzo, A., & Kite, J. (2021). Modelling Customers' Perception of The Quality of Services Provided by Builders: A case of Victoria, Australia. *Construction Economics and Building*, 21(1), 100-124.

- Hasibuan, B., & Ratnasari, L. (2021). Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Musik Studio dengan Metode Servqual. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 19(2), 113-116.
- Hermanto, & E., W. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Go-Ride Dengan Metode Kano dan Quality Function Deployment Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus PT. GO-JEK Indonesia). *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 7(2), 140-148.
- Irawan, H. (2008). *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan* (Edisi Pertama). Jakarta: PT. Gramedia.
- Irwana, A. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. di Makassar*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar.
- Israel, G. D. (1992). *Determining Sample Size. Program Evaluation and Organizational Development*. Gainesville: Florida Cooperative Extension Service, University of Florida.
- Kano, N., Seraku, N., Takashi, F., & Tsuji, S.-i. (1984). Attractive Quality and Must be Quality. *Journal of The Japanese Society for Quality Control*, 14(2), 147-156.
- Kasmir. (2005). *Etika Customer Service*. Jakarta: Raja Grafindi Persada.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Pertama). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1* (Edisi Kedua Belas). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1* (Edisi Ketiga Belas). (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Airlangga.
- Lupiyoadi, & Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi Pertama). Jakarta: Salemba Empat.
- Nasyrah, N., & Darwis, D. (2017). Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Dd Rumah Sakit Bhayangkara Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 2(1), 133-148.

- Purwanto. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah*. Magelang: Staia Press.
- Ramadhan, M. (2016). *Pengukuran Kualitas Pelayanan Supermarket X Melalui Integrasi Servqual Dan Kano ke Dalam QFD*. Skripsi, Institut Teknologi Sepuluh November, Surabaya.
- Reinhart, M., & Wilujeng, F. R. (2022). Meningkatkan Mutu Pelayanan Di Holland Bakery Tegal Rotan Dengan Metode IPA, Kano, dan QFD. *Jurnal of Industrial Engineering and Management Systems*, 15(1), 45-62.
- Safria, D. P. (2019, Maret 27). *Suzuya Mall Meulaboh Resmi Beroperasi Hari Ini*. Retrieved Maret 30, 2022, from rri.co.id: <https://rri.co.id/meulaboh/ekonomi/654431/suzuya-mall-meulaboh-resmi-beroperasi-hari-ini>
- Soetjipto, B. (1997). *Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta: BPFÉ.
- Tjiptono, F. (1995). *Strategi Pemasaran* (Edisi Pertama). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Jasa* (Edisi Kedua). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Vincent, G. (1997). *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Walden, D. (1993). Special Issue on Kano's Methods for Understanding Customer Defined Quality. *The Center for Quality of Management Journal*, 2(4), 3-35.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa Desain SERVQUAL, QFD dan KANO*. Jakarta: Indeks.
- Yamit, Z. (2001). *Manajemen Kualitas Produksi Dan Jasa*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Ekonisia.

- Yuliani. (2016). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Servqual Di SPBU Pasti PAS Meurebo Kabupaten Aceh Barat*. Skripsi, Universitas Teuku Umar, Teknik, Meulaboh.
- Zaithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perception and Expectations*. New York: The Free Press.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner *Servqual* dan Kano PT. Suzuya Mall Meulaboh KUESIONER SERVQUAL

Identitas Responden

Nama :
 Umur : Tahun
 Jenis Kelamin :
 Pekerjaan :

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Bacalah pertanyaan dengan baik dan teliti.
2. Pilih salah satu jawaban menurut Bapak/Ibu/saudara/i anggap paling tepat dengan cara memberi tanda silang (√) pada kolom yang benar dari setiap pertanyaan.
3. Dalam pengisian kuesioner mohon diisi secara jujur, karena penulis menjamin bahwa jawaban yang diterima hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

- Harapan → Bagaimana harapan Anda mengenai pelayanan yang diberikan oleh Suzuya Mall Meulaboh
- Kinerja → Bagaimana kinerja yang Anda rasakan mengenai pelayanan di Suzuya Mall Meulaboh

SKALA :

1. STS = Sangat Tidak Setuju
2. TS = Tidak Setuju
3. N = Netral
4. S = Setuju
5. SS = Sangat Setuju

Berilah tanda (√) pada kolom yang telah disediakan.

No.	Pernyataan	HARAPAN					KINERJA				
		STS	TS	N	S	SS	STS	TS	N	S	SS
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)											
1	Perusahaan memiliki area gedung yang luas dan nyaman										
2	Perusahaan memiliki lahan parkir yang luas dan aman										
3	Perusahaan memiliki jenis <i>department store</i> yang memadai dan lengkap										
4	Perusahaan memiliki ruangan yang bersih dan nyaman										
5	Perusahaan menyediakan <i>Eskalator</i> dan <i>Elevator</i> yang memudahkan pelanggan mengakses lantai lainnya										
6	Perusahaan menyediakan sarana umum seperti ATM, Toilet dan Tempat Ibadah										

KUESIONER KANO

Identitas Responden

Nama :
 Umur : Tahun
 Jenis Kelamin :
 Pekerjaan :

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Bacalah pertanyaan dengan baik dan teliti.
 2. Pilih salah satu jawaban menurut Bapak/Ibu/saudara/i anggap paling tepat dengan cara memberi tanda silang (√) pada kolom yang benar dari setiap pertanyaan.
 3. Dalam pengisian kuesioner mohon diisi secara jujur, karena penulis menjamin bahwa jawaban yang diterima hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.
- **Fungsional** : Menyatakan kondisi yang Anda rasakan jika fasilitas atau layanan terpenuhi/tersedia.
 - **Disfungsional** : Menyatakan kondisi yang Anda rasakan jika fasilitas atau layanan tidak terpenuhi/tidak tersedia.

Keterangan Skala:

- S** : **Suka**, artinya fasilitas atau layanan tersebut sangat berguna bagi Anda (1)
H : **Harapan**, artinya fasilitas atau layanan tersebut merupakan suatu keharusan bagi Anda (2)
N : **Netral**, ada tidaknya fasilitas atau layanan tersebut tidak berpengaruh bagi Anda (3)
T : **Toleransi**, artinya Anda tidak suka tetapi Anda dapat menerima kondisi tersebut (4)
TS : **Tidak Suka**, artinya Anda tidak dapat menerima kondisi tersebut (5)

Berilah tanda (√) pada kolom yang telah disediakan.

No.	Pernyataan Fungsional	Skala					Pernyataan Disfungsional	Skala				
		S	H	N	T	TS		S	H	N	T	TS
Bukti Fisik (Tangibles)												
1	Perusahaan memiliki area gedung yang luas dan nyaman						Perusahaan Tidak memiliki area gedung yang luas dan nyaman					
2	Perusahaan memiliki lahan parkir yang luas dan aman						Perusahaan Tidak memiliki lahan parkir yang luas dan aman					
3	Perusahaan memiliki jenis <i>department store</i> yang memadai dan lengkap						Perusahaan Tidak memiliki jenis <i>department store</i> yang memadai dan lengkap					
4	Perusahaan memiliki ruangan yang bersih dan nyaman						Perusahaan Tidak memiliki ruangan yang bersih dan nyaman					
5	Perusahaan menyediakan <i>Eskalator</i> dan <i>Elevator</i> yang memudahkan pelanggan mengakses lantai lainnya						Perusahaan Tidak menyediakan <i>Eskalator</i> dan <i>Elevator</i> yang memudahkan pelanggan mengakses lantai lainnya					

No.	Pernyataan Fungsional	Skala					Pernyataan Disfungsional	Skala				
		S	H	N	T	TS		S	H	N	T	TS
6	Perusahaan menyediakan sarana umum seperti ATM, Toilet dan Tempat Ibadah						Perusahaan Tidak menyediakan sarana umum seperti ATM, Toilet dan Tempat Ibadah					
Kehandalan (Reliability)												
7	Petugas memahami semua fitur yang ada di perusahaan						Petugas Tidak memahami semua fitur yang ada di perusahaan					
8	Petugas mampu menjelaskan tata cara pelayanan kepada pelanggan dengan baik dan jelas						Petugas Tidak mampu menjelaskan tata cara pelayanan kepada pelanggan dengan baik dan jelas					
9	Petugas mampu menjelaskan hasil rekapitulasi transaksi barang yang dibeli oleh pelanggan dengan baik dan jelas						Petugas Tidak mampu menjelaskan hasil rekapitulasi transaksi barang yang dibeli oleh pelanggan dengan baik dan jelas					
10	Petugas mampu menjelaskan letak atau posisi produk yang ada di etalase swalayan						Petugas Tidak mampu menjelaskan letak atau posisi produk yang ada di etalase swalayan					
11	Petugas mampu melayani pelanggan dengan baik saat melakukan transaksi						Petugas Tidak mampu melayani pelanggan dengan baik saat melakukan transaksi					
Daya Tanggap (Responsiveness)												
12	Petugas menanggapi dengan cepat atas keluhan yang diberikan pelanggan						Petugas Tidak menanggapi dengan cepat atas keluhan yang diberikan pelanggan					
13	Petugas bisa berkoordinasi dengan cepat ketika saat melayani pelanggan						Petugas Tidak bisa berkoordinasi dengan cepat ketika saat melayani pelanggan					
Jaminan (Assurance)												
14	Perusahaan menjamin bahwa produk yang dibeli pelanggan adalah produk yang bagus/tidak cacat						Perusahaan Tidak menjamin bahwa produk yang dibeli pelanggan adalah produk yang bagus/tidak cacat					
15	Perusahaan menjamin keamanan dan kenyamanan saat berbelanja						Perusahaan Tidak menjamin keamanan dan kenyamanan saat berbelanja					
16	Perusahaan menjamin produk yang bermasalah dapat ditukarkan kembali						Perusahaan Tidak menjamin produk yang bermasalah dapat ditukarkan kembali					
17	Perusahaan menjamin jumlah atau catatan transaksi sesuai dengan item belanja pelanggan						Perusahaan Tidak menjamin jumlah atau catatan transaksi sesuai dengan item belanja pelanggan					

No.	Pernyataan Fungsional	Skala					Pernyataan Disfungsional	Skala				
		S	H	N	T	TS		S	H	N	T	TS
18	Perusahaan menjamin harga yang tertera di label sesuai dengan harga pada saat pembayaran						Perusahaan Tidak menjamin harga yang tertera di label sesuai dengan harga pada saat pembayaran					
Empati (Empathy)												
19	Petugas selalu memberikan sapaan yang santun sebelum melayani pelanggan						Petugas Tidak memberikan sapaan yang santun sebelum melayani pelanggan					
20	Petugas menggunakan bahasa dan komunikasi yang baik saat menanggapi keluhan pelanggan						Petugas Tidak menggunakan bahasa dan komunikasi yang baik saat menanggapi keluhan pelanggan					
21	Petugas peduli dengan harapan setiap pelanggan						Petugas Tidak peduli dengan harapan setiap pelanggan					

Lampiran 2. Rekapitulasi Responden Terhadap Harapan Pelanggan

No	Nama Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
1	Siti Khairunisa	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
2	Agustian	4	4	5	4	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5
3	Ima Safriza	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
4	Nindi Elasih	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4
5	Evan Hadi Putra Dl	5	4	3	5	4	3	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	3	5	3	5	4
6	Deski Harma Winda	4	3	4	4	3	4	4	5	3	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5
7	Anwar Efendi	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4
8	Syahrul Ardi	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	3	5	3	5	4	5	5	3
9	Rosmila Dewi	3	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4
10	Julia Saputri	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	3	5	3	4	5
11	Salma	4	3	5	4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	Sri Muliana	4	3	3	4	3	3	4	5	3	3	5	4	4	5	3	5	3	4	3	3	5
13	Diris Kaalfina	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4
14	Wiya Huzaifa	3	4	4	3	4	4	3	5	4	4	5	5	3	5	3	5	3	4	3	5	5
15	Nur Hayatina	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	4
16	Rahmat Bilhammullah	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	3	4
17	Jufrijal	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	Harira Prada	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	Muhammad Rizki	3	5	5	3	5	5	4	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	3	4	5	4
20	Laila	5	5	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	3	4	3	5	3	5	4
21	Ida purnama sari	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4
22	Aja Anjely	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	4	5	4	3	4
23	Miranda Amalia	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	3	5	3	4	3	5	5
24	Yowan Moha	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	Grace	5	4	4	5	4	4	4	3	5	5	3	4	5	3	3	3	3	5	3	4	3
26	Arba'iyah	4	3	4	4	3	4	4	5	3	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5	3	5
27	Elsa	5	5	3	5	5	3	5	3	5	5	3	5	5	3	4	3	4	5	4	3	3
28	Yuza Aulia	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	5	3	5	4
29	Muhammad Kasim	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4
30	Nuraini	3	3	3	3	3	3	5	4	5	5	4	3	3	4	5	4	5	3	5	4	4
31	Amri	5	4	3	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	3	5	5
32	Ruth Innel Gea	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	3	4
33	Putri Rati Diana	4	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	5	4

No	Nama Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
34	Lailatussa'adah	5	5	3	5	5	3	5	3	5	5	3	3	5	3	5	3	5	5	5	4	3
35	Rahmat Dilta Harahap	5	4	5	5	4	5	5	4	3	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4
36	Sidqi Yasir	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	3	4	3	3	4
37	Nurlaili	4	5	4	4	5	4	5	3	4	4	3	5	4	3	5	3	5	4	5	5	3
38	Suci Murnita HR	3	5	4	3	5	4	5	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	3	4	3	4
39	Nur Fatimah	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
40	Said Azis	3	4	4	3	4	4	3	5	5	5	5	5	3	5	3	5	3	3	3	4	5
41	Sarijal	4	3	5	4	3	5	5	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5
42	Reji Jaya Putra S.T	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5
43	Jumera	5	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	4
44	Sukma Yudahri	4	4	3	4	4	3	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5
45	Fitri	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5
46	Eka Aprilia Azmar	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4
47	Nadiatul Asra	5	3	5	5	3	5	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
48	Yesi Tria Anjelina	4	5	3	4	5	3	3	3	4	4	3	4	4	3	5	3	5	4	5	4	3
49	Widiya Wati	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5
50	Meyda Liana	3	4	3	3	4	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	3	5	3	5	3	3
51	Nur Asri	3	4	5	3	4	5	3	4	3	3	4	5	3	4	3	4	3	3	3	4	4
52	Meli Riskina	4	3	5	4	3	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5
53	M. Nazir	5	3	3	5	3	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	Rahmi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	M. Dima Ferdiansyah	5	5	3	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	3	4	5
56	Mirda Nanda Sari	4	3	5	4	3	5	4	3	5	5	3	5	4	3	4	3	4	4	4	5	3
57	Rahmah	4	3	4	4	3	4	3	4	5	5	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4
58	Cut Putri	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	5	5	4	5	3	5	3	4	3	4	5
59	Nadia Risma	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	3	5	5	3	5	3	5	5	5	4	3
60	Irwansyah	4	5	3	4	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4
61	Maulidar Nadia	3	5	4	3	5	4	4	4	3	3	4	5	3	4	4	4	4	3	4	5	4
62	Rayan Pratama Fatalehan	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4
63	Zikrina	5	4	3	5	4	3	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4
64	Hendri Bancin	4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	3	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3
65	Ns. Alfi Syahri., S.Kep., M.K.M	3	5	4	3	5	4	4	4	3	3	4	5	3	4	3	4	3	3	3	3	4
66	Khalisud Zuhri	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4

No	Nama Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
67	Sandy Lian Tilawah	4	3	3	4	3	3	3	3	5	5	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3
68	Khalifah Furqan	3	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	3	5	4	4
69	Fauzan	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5
70	Atia	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
71	Raziah	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4
72	Desi Diana	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	5	3	5	5	4
73	Rika	4	5	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	5	3
74	Vina Halizayanti	3	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4
75	Nurul Meilisa Putri	4	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
76	Putri Sasmita Dewi	4	3	5	4	3	5	3	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5
77	Defal Defanda	3	5	4	3	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4
78	Yusi	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
79	Maulidin	5	3	4	5	3	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5
80	Rayhan Maulidar	5	4	3	5	4	3	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	5	5	5	3	4
81	Cut Yanti Maulida	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	Yeyen	3	5	5	3	5	5	4	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5
83	Musliadi	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
84	Nurul Asnani	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
85	Afrizal Saputra	4	4	3	4	4	3	4	5	3	3	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	5
86	Erlu Marlina	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
87	Anggi Fadillah	4	5	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4
88	Muhammad Dandi	3	5	3	3	5	3	4	5	4	4	5	5	3	5	4	5	4	3	4	3	5
89	Qori Aprillia Devi	5	3	5	5	3	5	3	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5
90	Risna	5	5	4	5	5	4	5	3	4	4	3	4	5	3	4	3	4	5	4	4	3
91	Fadillah Pratama	5	4	3	5	4	3	3	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4
92	Khairul Fuadi	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4
93	Hayatun Nufus	4	5	3	4	5	3	4	3	5	5	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3
94	Rismayani	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	3	5	4	4
95	Siti Nurhaliza	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	3
96	Nurrahman	5	5	3	5	5	3	3	3	3	3	3	5	5	3	5	3	5	5	5	4	3
97	Novita	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
98	Andika	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
99	Rizky Syaputra	4	5	3	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4
100	Asmanidar	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5	3	4	5	3	3	3	3	5	3	5	4

Lampiran 3. Rekapitulasi Responden Terhadap Kinerja Perusahaan

No	Nama Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
1	Siti Khairunisa	2	3	4	2	3	3	3	2	4	4	3	4	3	2	3	2	4	4	3	4	3
2	Agustian	3	3	4	3	3	3	4	3	4	2	4	2	3	3	3	3	2	4	2	4	3
3	Ima Safriza	4	3	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	4	2	4	4	3	4	3	5
4	Nindi Elasih	3	3	5	3	5	3	5	3	5	2	5	2	5	3	4	3	4	4	2	4	5
5	Evan Hadi Putra D1	2	3	5	2	5	3	5	2	5	3	5	3	5	4	3	2	4	4	2	4	5
6	Deski Harma Winda	2	3	4	2	3	3	4	2	4	4	4	4	3	3	2	2	3	4	3	4	3
7	Anwar Efendi	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	4	2	4	4	2	4	3
8	Syahrul Ardi	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	4	2	4	4
9	Rosmila Dewi	3	4	4	3	4	4	4	3	4	2	4	2	4	2	4	3	4	4	4	4	4
10	Julia Saputri	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
11	Salma	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	2	3	2	4	2	4	4
12	Sri Muliana	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4
13	Diris Kaalfina	4	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	4	2	4	2	3	2	3	2
14	Wiya Huzaifa	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
15	Nur Hayatina	4	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2
16	Rahmat Bilhammullah	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3
17	Jufrijal	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	4	3	3
18	Harira Prada	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	2	3	2	4	4	4	3
19	Muhammad Rizki	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	4	3	2	4	4	2	4	2
20	Laila	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	4	2	4
21	Ida purnama sari	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3
22	Aja Anjely	4	2	2	4	2	2	2	4	2	4	2	4	2	4	3	4	3	2	4	2	2
23	Miranda Amalia	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	4	2	3	4	2	3	2	2
24	Yowan Moha	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	2	3	2	4	2	4	4
25	Grace	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	3	2	2
26	Arba'iyah	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	4	2	2	2	2
27	Elsa	4	2	2	4	2	2	2	4	2	4	2	4	2	2	4	4	3	2	2	2	2
28	Yuza Aulia	3	2	2	3	2	2	2	3	2	4	2	4	2	2	2	3	4	4	2	4	2
29	Muhammad Kasim	2	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	4	3	2	2	2	4	3	3	3	3
30	Nuraini	4	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	2	3	2	2	4	4	2	2	2	3
31	Amri	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	2	3	2	2	2	3
32	Ruth Innel Gea	2	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	2	2	4	3	4	3
33	Putri Rati Diana	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	4	2	3	2	2	2	2

No	Nama Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
34	Lailatussa'adah	4	2	2	4	2	2	2	4	2	4	2	4	3	2	4	4	2	4	4	4	2
35	Rahmat Dilta Harahap	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	2	3	3	3	3	2
36	Sidqi Yasir	3	2	2	3	2	2	2	3	2	4	2	4	2	3	4	3	4	3	2	3	2
37	Nurlaili	2	4	4	2	4	4	4	2	4	3	4	3	4	3	2	2	4	4	3	4	4
38	Suci Murnita HR	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	3	3	3	4
39	Nur Fatimah	3	4	4	3	4	4	4	3	4	2	4	2	4	2	4	3	3	4	2	4	4
40	Said Azis	2	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	2	2	2	3	4	3	3
41	Sarijal	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	4	2	2	2	2
42	Reji Jaya Putra S.T	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	2	4	4
43	Jumera	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4
44	Sukma Yudahri	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	2	2	4	4	4	3
45	Fitri	4	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3
46	Eka Aprilia Azmar	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	2	3
47	Nadiatul Asra	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	4	2	2
48	Yesi Tria Anjelina	2	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	2	2	4	4	2	4	3
49	Widiya Wati	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	2	2	2	3
50	Meyda Liana	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	4	4	2	4	3
51	Nur Asri	4	2	2	4	2	2	2	4	2	4	2	4	2	3	2	4	2	4	3	4	2
52	Meli Riskina	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	3	4	4	3	3	4	3	4
53	M. Nazir	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	2	4	2	3	3	3	3	2
54	Rahmi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	4	2	3	2	3
55	M. Dima Ferdiansyah	2	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	3	2	3	4	2	4	4
56	Mirda Nanda Sari	2	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	4	2	4	2	3	2	3
57	Rahmah	2	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
58	Cut Putri	4	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	4	4	2	2	3	2	3
59	Nadia Risma	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	2	4	3	4	3
60	Irwansyah	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	4	2	2	2	2
61	Maulidar Nadia	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	4	3	4	3	4	3
62	Rayan Pratama Fatalehan	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	4	2	4	2
63	Zikrina	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	3	3	3	3
64	Hendri Bancin	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
65	Ns. Alfi Syahri., S.Kep., M.K.M	4	2	2	4	2	2	2	4	2	3	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	2
66	Khalisud Zuhri	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	4	3	3	2	3	2	2

No	Nama Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
67	Sandy Lian Tilawah	2	4	4	2	4	4	4	2	4	2	4	2	4	2	2	2	2	4	2	4	4
68	Khalifah Furqan	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
69	Fauzan	3	2	2	3	2	2	2	3	2	4	2	4	2	2	3	3	4	4	2	4	2
70	Atia	2	4	4	2	4	4	4	2	4	2	4	2	4	3	3	2	4	3	2	3	4
71	Raziah	3	2	2	3	2	2	2	3	2	4	2	4	2	4	2	3	4	4	4	4	2
72	Desi Diana	4	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	3	2	4	4	3	3	3	2
73	Rika	4	2	2	4	2	2	2	4	2	3	2	3	2	2	4	4	2	4	4	4	2
74	Vina Halizayanti	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	3	4	3	2
75	Nurul Meilisa Putri	3	4	4	3	4	4	4	3	4	2	4	2	4	3	3	3	3	2	3	2	4
76	Putri Sasmita Dewi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4
77	Defal Defanda	4	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	4	4	4	2	4	2	4	2
78	Yusi	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	4	2	3
79	Maulidin	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	2	4	2	3	4	2	4	2
80	Rayhan Maulidar	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	3	4	4	2	3	2	4
81	Cut Yanti Maulida	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	3	3	4	3	2
82	Yeyen	4	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	2	3	2	4	4	3	2	2	2	3
83	Musliadi	3	2	2	3	2	2	2	3	2	4	2	4	2	3	2	3	2	3	3	3	2
84	Nurul Asnani	4	2	2	4	2	2	2	4	2	4	2	4	2	3	4	4	2	2	4	2	2
85	Afrizal Saputra	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	4
86	Erli Marlina	2	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	3	3
87	Anggi Fadillah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	3	3	4	3	4
88	Muhammad Dandi	3	2	2	3	2	2	2	3	2	4	2	4	2	2	2	3	4	3	3	3	2
89	Qori Aprillia Devi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	4	3	4	3
90	Risna	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	3	4	2
91	Fadillah Pratama	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4
92	Khairul Fuadi	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	4	2	4	2
93	Hayatun Nufus	3	2	2	3	2	2	2	3	2	4	2	4	2	2	3	3	4	2	3	2	2
94	Rismayani	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	4	3	2	2	4	4	4	2
95	Siti Nurhaliza	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	3	4	4
96	Nurrahman	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	4	3	4	2
97	Novita	2	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4
98	Andika	2	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	2	4	2	3	2	3
99	Rizky Syaputra	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	3	4	2	4	2
100	Asmanidar	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	2

Lampiran 4. Rekapitulasi Pernyataan Fungsional

No	Nama Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
1	Siti khairunisa	3	3	3	3	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3
2	Agustian	1	1	5	1	1	1	1	2	2	2	2	3	5	2	3	2	2	1	2	2	3
3	Ima Safriza	3	3	3	2	2	1	3	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2
4	Nindi Elasih	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
5	Evan Hadi Putra Dl	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	Deski Harma Winda	4	3	5	1	2	1	2	2	1	1	1	3	2	2	1	3	1	1	2	1	3
7	Anwar Efendi	3	5	1	1	1	1	1	4	1	1	1	2	1	1	1	4	1	5	3	2	1
8	Syahrul Ardi	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	Rosmila Dewi	3	5	2	3	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
10	Julia Saputri	3	5	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1
11	Salma	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2
12	Sri Muliana	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	3	1	1	1
13	Diris Kaalfina	1	1	2	1	1	1	1	3	2	1	1	2	1	2	2	3	3	1	1	1	1
14	Wiya Huzaifa	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1	1
15	Nur Hayatina	1	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
16	Rahmat Bilhammullah	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	Jufrijal	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	3	2	1	3	3	3
18	Harira Prada	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	Muhammad Rizki	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	1	5	5	3	3	3	2	2	1	1
20	Laila	5	2	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	Ida purnama sari	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	Aja Anjely	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1
23	Miranda Amalia	2	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2
24	Yowan Moha	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
25	Grace	1	5	3	1	1	1	3	3	1	1	1	2	1	2	1	5	2	1	1	1	1
26	Arba'iyah	2	1	3	2	2	2	3	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1
27	Elsa	3	3	2	2	2	1	1	1	2	2	1	3	1	1	1	3	3	1	1	3	1
28	Yuza Aulia	3	3	3	1	1	3	3	3	2	2	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
29	Muhammad Kasim	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	1	1	4	4
30	Nuraini	2	3	3	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	3	2	1	1	2	2
31	Amri	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2
32	Ruth Innel Gea	1	3	3	1	1	4	3	3	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	2
33	Putri Rati Diana	3	2	2	3	1	1	3	2	1	1	1	2	2	2	1	3	2	1	1	1	1

No	Nama Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
67	Sandy Lian Tilawah	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
68	Khalifah Furqan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
69	Fauzan	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
70	Atia	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
71	Raziah	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
72	Desi Diana	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
73	Rika	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
74	Vina Halizayanti	1	4	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2
75	Nurul Meilisa Putri	2	1	2	2	2	3	3	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	3	2
76	Putri Sasmita Dewi	1	3	2	2	3	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	3	1	1	3	2
77	Defal Defanda	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	3	2	1	1	1	3	1	2	2	2
78	Yusi	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
79	Maulidin	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
80	Rayhan Maulidar	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
81	Cut Yanti Maulida	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1
82	Yeyen	1	2	1	1	1	1	1	3	3	2	2	2	1	2	1	1	1	1	4	2	1
83	Musliadi	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
84	Nurul Asnani	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2
85	Afrizal Saputra	1	2	1	2	1	3	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2
86	Erli Marlina	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
87	Anggi Fadillah	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1
88	Muhammad Dandi	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
89	Qori Aprillia Devi	3	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1
90	Risna	1	2	3	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2
91	Fadillah Pratama	2	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
92	Khairul Fuadi	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	3	3	2	1	1	2
93	Hayatun Nufus	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
94	Rismayani	1	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2
95	Siti Nurhaliza	2	1	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	4	2	2	3	3
96	Nurrahman	2	2	2	1	1	2	2	2	3	3	4	2	2	3	4	3	3	2	3	1	2
97	Novita	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
98	Andika	2	2	1	1	1	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	4	2	3	2	3	3
99	Rizky Syaputra	2	3	2	1	1	1	1	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2
100	Asmanidar	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1

No	Nama Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
34	Lailatussa'adah	4	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	3	5	4
35	Rahmat Dilta Harahap	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4
36	Sidqi Yasir	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
37	Nurlaili	4	4	5	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
38	Suci Murnita HR	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1
39	Nur Fatimah	3	3	3	4	4	2	2	2	3	3	3	4	5	5	5	4	4	3	4	5	3
40	Said Azis	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	Sarijal	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
42	Reji Jaya Putra S.T	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
43	Jumera	5	2	2	5	5	5	4	4	3	4	4	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5
44	Sukma Yudahri	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
45	Fitri	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
46	Eka Aprilia Azmar	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
47	Nadiatul Asra	2	3	2	2	4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
48	Yesi Tria Anjelina	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49	Widiya Wati	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	Meyda Liana	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
51	Nur Asri	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	Meli Riskina	5	2	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
53	M. Nazir	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
54	Rahmi	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4
55	M. Dima Ferdiansyah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56	Mirda Nanda Sari	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	Rahmah	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
58	Cut Putri	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	Nadia Risma	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	Irwansyah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	Maulidar Nadia	3	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	2	4
62	Rayan Pratama Fatalehan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
63	Zikrina	3	5	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
64	Hendri Bancin	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	Ns. Alfi Syahri., S.Kep., M.K.M	2	1	2	1	2	1	3	1	1	2	1	3	2	2	1	1	1	2	1	2	1
66	Khalisud Zuhri	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2

y8	Pearson Correlation	1.000*	.102	.073	1.000*	.100	.102	.086	1	.073	-.042	.086	-.042	.103	-.003	.150	1.000*	-.056	-.186	.143	-.186	.100	.384**
	Sig. (2-tailed)	.000	.311	.471	.000	.325	.311	.393		.471	.676	.393	.676	.309	.973	.136	.000	.581	.064	.155	.064	.325	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y9	Pearson Correlation	.073	.908**	1.000*	.073	.982**	.908**	.994**	.073	1	.067	.994**	.067	.968**	.140	.083	.073	.230*	.230*	.044	.230*	.982**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.471	.000	.000	.471	.000	.000	.000	.471		.511	.000	.511	.000	.164	.414	.471	.021	.021	.660	.021	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y10	Pearson Correlation	-.042	.062	.067	-.042	.055	.062	.054	-.042	.067	1	.054	1.000*	.055	.014	-.084	-.042	.137	.109	.147	.109	.055	.245*
	Sig. (2-tailed)	.676	.542	.511	.676	.586	.542	.594	.676	.511		.594	.000	.584	.889	.405	.676	.174	.282	.143	.282	.586	.014
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y11	Pearson Correlation	.086	.912**	.994**	.086	.988**	.912**	1.000*	.086	.994**	.054	1	.054	.974**	.154	.083	.086	.221*	.221*	.044	.221*	.988**	.896**
	Sig. (2-tailed)	.393	.000	.000	.393	.000	.000	.000	.393	.000	.594		.594	.000	.126	.409	.393	.027	.027	.667	.027	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y12	Pearson Correlation	-.042	.062	.067	-.042	.055	.062	.054	-.042	.067	1.000*	.054	1	.055	.014	-.084	-.042	.137	.109	.147	.109	.055	.245*
	Sig. (2-tailed)	.676	.542	.511	.676	.586	.542	.594	.676	.511	.000	.594		.584	.889	.405	.676	.174	.282	.143	.282	.586	.014
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y13	Pearson Correlation	.103	.907**	.968**	.103	.987**	.907**	.974**	.103	.968**	.055	.974**	.055	1	.158	.127	.103	.227*	.213*	.074	.213*	.987**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.309	.000	.000	.309	.000	.000	.000	.309	.000	.584	.000	.584		.116	.208	.309	.023	.033	.467	.033	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y14	Pearson Correlation	-.003	.110	.140	-.003	.156	.110	.154	-.003	.140	.014	.154	.014	.158	1	-.013	-.003	-.008	-.021	.113	-.021	.156	.206*
	Sig. (2-tailed)	.973	.275	.164	.973	.122	.275	.126	.973	.164	.889	.126	.889	.116		.897	.973	.940	.835	.263	.835	.122	.039
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y15	Pearson Correlation	.150	.111	.083	.150	.099	.111	.083	.150	.083	-.084	.083	-.084	.127	-.013	1	.150	.081	-.033	.033	-.033	.099	.201*
	Sig. (2-tailed)	.136	.271	.414	.136	.327	.271	.409	.136	.414	.405	.409	.405	.208	.897		.136	.423	.746	.748	.746	.327	.045
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y16	Pearson Correlation	1.000*	.102	.073	1.000*	.100	.102	.086	1.000*	.073	-.042	.086	-.042	.103	-.003	.150	1	-.056	-.186	.143	-.186	.100	.384**

Lampiran 10. Uji Reliabilitas *Servqual* Harapan Pelanggan dan Kinerja Perusahaan

Uji Reliabilitas Harapan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.805	.809	21

Uji Reliabilitas Kinerja Perusahaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.885	.882	21

Lampiran 11. Uji Reliabilitas Kano (Fungsional dan Disfungsional)

Uji Reliabilitas Fungsional

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.947	.950	21

Uji Reliabilitas Disfungsional

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.991	.991	21

Lampiran 12. Tabel R

r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
0.1	0.05	0.02	0.01	0.001	
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 13. Dokumentasi



