

**APLIKASI MODEL KANO DALAM MENGANALISIS TINGKAT
KEPUASAN PELANGGAN PADA SISTEM PELAYANAN DEALER
MOTOR ALFA SCORPII MEULABOH ACEH BARAT**

**Tugas Akhir
Diajukan Untuk Memenuhi
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Teknik**

Oleh
NAMA : JULI MAULIDI
NIM : 1705903030017
JURUSAN : TEKNIK INDUSTRI



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
ACEH BARAT
2022**



LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

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

Pada Tanggal, 18 November 2022
Di
Meulaboh – Aceh Barat

DENGAN JUDUL TUGAS AKHIR
APLIKASI MODEL KANO DALAM MENGANALISIS TINGKAT
KEPUASAN PELANGGAN PADA SISTEM PELAYANA DEALER
MOTOR ALFA SCORPII MEULABOH ACEH BARAT

DI SUSUN OLEH:

NAMA : JULI MAULIDI
NIM : 1705903030027

Mengetahui Dewan Penguji Tugas Akhir:

Penguji I

Penguji II

ARIE SAPUTRA, S.T., M.Si.
NIP. 19304182015041001

RITA HARTATI, S.Pd., M.Pd.
NIDN. 0008058904

Pembimbing Tugas Akhir

SOFIYANURRIYANTI, S.T., M.T.
NIP. 199009202019032018

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

APLIKASI MODEL KANO DALAM MENGANALISIS TINGKAT
KEPUASAN PELANGGAN PADA SISTEM PELAYANA DEALER
MOTOR ALFA SCORPII MEULABOH ACEH BARAT

DI SUSUN OLEH:

NAMA : JULI MAULIDI
NIM : 1705903030027

Di Setujui Oleh:
Pembimbing Tugas Akhir

SOFIYANURRIYANTI, S.T., M.T.
NIP. 199009202019032018

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

**APLIKASI MODEL KANO DALAM MENGANALISIS TINGKAT
KEPUASAN PELANGGAN PADA SISTEM PELAYANA DEALER
MOTOR ALFA SCORPII MEULABOH ACEH BARAT**

DI SUSUN OLEH:

NAMA : JULI MAULIDI
NIM : 1705903030027

Di Setujui Oleh:

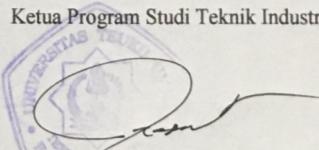
Pembimbing Tugas Akhir

SOFIYANURRIYANTI, S.T., M.T.
NIP. 199009202019032018

Mengetahui:

Dekan Fakultas Teknik

Ketua Program Studi Teknik Industri



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

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



LEMBAR PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Yang utama dan paling Utama Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanmu kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terimpahkan keharibaan Rasullah Muhammad SAW.

Hari takkan indah tanpa mentari dan rembulan, begitu juga hidup takkan indah tanpa tujuan, harapan serta tantangan. Meski terasa berat, namun manisnya hidup justru akan terasa, apabila semuanya terlalui dengan baik, meski harus memerlukan pengorbanan.

Untuk ribuan tujuan yang harus dicapai, untuk jutaan impian yang akan dikejar, untuk sebuah pengharapan, agar hidup jauh lebih bermakna, karena tragedi terbesar dalam hidup bukanlah kematian tapi hidup tanpa tujuan. Teruslah bermimpi untuk sebuah tujuan, pastinya juga harus diimbangi dengan tindakan nyata, agar mimpi dan juga angan, tidak hanya menjadi sebuah bayangan semu.

Dan seandainya semua pohon yang ada dibumi dijadikan pena, dan lautan dijadikan tinta, ditambah lagi tujuh lautan sesudah itu, maka belum akan habislah kalimat-kalimat Allah yang akan dituliskan, sesungguhnya Allah maha Perkasa lagi Maha Bijaksana". (QS. Lukman: 27)

Dia memberikan hikmah (ilmu yang berguna), kepada siapa yang dikehendaki-Nya.

Barang siapa yang mendapat hikmah itu, Sesungguhnya ia telah mendapat kebaikan yang banyak.
Dan tiadalah yang menerima peringatan, melainkan orang-orang yang berakal".

(Q.S. Al-Baqarah: 269)

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.

(Q.S Al-Baqarah 216)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. (Q.S Al-Insyirah 6-7)

Alhamdulillahirrabil' alamin

Sebuah langkah usai sudah, Satu cita telah ku gapai, Namun...

Itu bukan akhir dari perjalanan, Melainkan awal dari satu perjuangan

Hari takkan indah tanpa mentari dan rembulan, begitu juga hidup takkan indah tanpa tujuan, harapan serta tantangan. Meski terasa berat, namun manisnya hidup justru akan terasa, apabila semuanya terlalui dengan baik, meski harus memerlukan pengorbanan.

Kupersembahkan karya kecil ini, untuk casaya hidup, yang senantiasa ada saat suka maupun duka, selalu setia mendampingi, saat kulemah tak berdaya yaitu Ibu dan Ayah Tercinta yang selalu memanjatkan doa kepada putra dan putrimu Mu tercinta dalam setiap sujudnya. Terima kasih untuk semuanya.

Untuk ribuan tujuan yang harus dicapai, untuk jutaan impian yang akan dikejar, untuk sebuah pengharapan, agar hidup jauh lebih bermakna, karena tragedi terbesar dalam hidup bukanlah kematian tapi hidup tanpa tujuan. Teruslah bermimpi untuk sebuah tujuan, pastinya juga harus diimbangi dengan tindakan nyata, agar mimpi dan juga angan, tidak hanya menjadi sebuah bayangan semu.

hatimu Ibu searif arahanmu Ayah, Doamu hadirkan keridhaan untukku, petuahmu tuntunkan jalanku, Pelukmu berkah hidupku, diantara perjuangan dan tetesan doa malam mu, Dan sebait doa telah merangkul diriku, menuju hari depan yang cerah Kini diriku telah selesai dalam studi sarjana Dengan kerendahan hati yang tulus, bersama keridhaan-Mu ya Allah,





Kupersembahkan karya tulis ini untuk yang termulia, orang yang sangat kukasih dan kusayangi

Ibunda Tercinta (*Naini*)

Ayahanda Terkasih (*Jamaluddin*)

Mungkin tak dapat selalu terucap, namun hati ini selalu bicara, sungguh ku sayang kalian.

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu dan Ayahanda yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bangga karena kusadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih Untuk Ibu dan Ayah yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakaniku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik,

Terima Kasih Ibu.... Terima Kasih Ayah.....

Dosen Pembimbing Tugas Akhirku...

Ibu Sofyanurriyanti, ST., MT,

Selaku dosen pembimbing tugas akhir saya, terima kasih banyak...Ibu, yang selalu sabar dalam membimbing penulisan tugas akhir ini. Ibu bukan hanya sebagai dosen melainkan orangtua yang terbaik dalam menuntun menasehati dan mengarahkan untuk jalan hidupku. Doa yang tak pernah henti untuk Ibu Sofyanurriyanti, ST., MT agar selalu diberi kesehatan, kebaikan, dan kebahagiaan. Terimakasih Ibu atas bantuan selama ini, sudah dinasehati, sudah diajari, dan sudah dibimbing dan yang tak akan pernah saya lupakan adalah nasehat Ibu yang begitu berarti buat hidup saya terimakasih atas bantuan dan kesabaran dari Ibu selama membimbing.

Terima kasih banyak... Ibu.., Ibu adalah dosen favorit saya...

Seluruh Dosen Pengajar S1. Teknik Industri:

Terima kasih banyak untuk semua ilmu, didikan dan pengalaman yg sangat berarti yang telah kalian berikan kepada saya ...

HMTI UTU

Untuk Lembaga tercinta dan yang aku banggakan, terimakasih atas segala Ilmu yang aku dapatkan disini, aku banyak mendapatkan mentor yang dapat membimbing dan mengarahkanku, yang telah membuat aku banyak belajar hingga bisa menjadi lebih baik lagi, sampai membuat aku bisa menjadi salah satu orang yang bisa memimpin lembaga tercinta ini, terima kasih sebesar besarnya. Bagiku ini bukan hanya sekedar teman, tapi seluruh mahasiswa teknik industri ini adalah keluarga bagiku.

My Best friend's

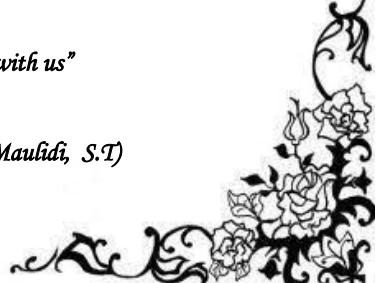
Buat saudra seperjuanganku yang selalu memberi Support, untuk menjadi yang terbaik, sahabat terbaikku, Khafisud Zuhri, Endi Saputra, Irpan wiranto, T.Sholeh Fauza, Aleng Maulida Hermi, Deny Prayoga, Ryan Putra Pratama, Agus Yulianda, Bismi Khairijal, Salbia, Nur Hayati, Diana dan seluruh teman-teman seperjuangan yang tidak bisa disebutkan satu persatu angkatan 2017. Terima kasih atas bantuan, baik moril maupun materil serta doa, nasehat, hiburan, traktiran, ejekan, dan semangat yang kalian berikan selama Aku kuliah, Aku tak akan melupakan semua yang telah kalian berikan dan lakukan untukku selama ini.

Someone Special

Untuk seseorang spesial "Sawitri Effika" yang dalam beberapa tahun ini ikut menghiasi perjalananku disini, terimakasih atas suportnya selama ini dengan banyak hal yang kau rasakan karena aku, tapi sampai saat ini kau mampu berada sampai titik ini, thank you so much for everything.

"Sure, Effort, Until. Make it Happen. Allah SWT will always be with us"

(Julii Maulidi, S.T)



LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Juli Maulidi

NIM : 1705903030027

Fakultas : Teknik

Prodi : Teknik Industri

Dengan ini saya menyatakan sesungguhnya di dalam skripsi adalah hasil karya saya sendiri dan tidak terdapat bagian atau satu kesatuan yang utuh dari skripsi, tesis, disertasi, buku atau bentuk lainnya yang saya kutip dari orang lain tanpa saya sebutkan sumbernya yang dapat dipandang sebagai penjiplakan. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat reproduksi karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain yang dijadikan seolah-olah karya asli saya sendiri. Apabila ternyata dalam skripsi saya terdapat bagian-bagian yang memenuhi unsur penjiplakan, saya menyatakan kesediaan untuk dibatalkan sebagian atau seluruh hak gelar kesarjana saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat di pergunakan seperlunya.

Meulaboh, 08 Desember 2022

Saya yang membuat pernyataan,



Juli Maulidi

NIM : 1705903030027



MOTTO

“Keberhasilan bukanlah milik orang pinter. Keberhasilan adalah kepunyaan mereka yang senantiasa berusaha.”

B.J Habibie

“Ilmu pengetahuan itu bukanlah yang dihapalkan, melainkan yang memberi manfaat”

-Imam Al-Ghazali

“Kerja keras hari ini adalah mempersiapkan hari esok”

~Juli Maulidi, S.T~



RIWAYAT HIDUP



JULI MAULIDI, S.T dilahirkan di Aceh Jaya, Kecamatan Pasi Raya Tepatnya di Desa Alue Jang Kabupaten Aceh Jaya pada Tanggal 11 Maret 1997 merupakan anak ke-dua dari tiga bersaudara dari pasangan Ayahanda Jamaluddin dan Ibunda Naini. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar pada

Tahun 2011 di SD Negeri 1 Kecamatan Pasi Raya Kabupaten Aceh Jaya. Penulis Menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama pada Tahun 2014 di SMP Negeri 2 Pasi Raya Kecamatan Pasi Raya Kabupaten Aceh Jaya dan Penulis menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada Tahun 2017 di SMA Swasta Darul Abrar Kecamatan Setia Bakti Kabupaten Aceh Jaya ,dan menyelesaikan pendidikan S1 pada Bidang Rekayasa Sisten Manufakrut di Fakultas Teknik Jurusan Teknik Industri Universitas Teuku Umar Meulaboh Kabupaten Aceh Barat Provinsi Aceh pada Tahun 2022.

Semasa kuliah penulis turut berperan aktif di dalam organisasi internal Kampus yaitu mulai dari mengikuti kegiatan ekstrakurikuler organisasi sebagai peserta dan panitia di lingkup organisasi Fakultas Teknik, anggota pengurus Himpunan Mahasiswa Teknik Industri Universitas Teuku Umar (HMTI UTU) periode 2018/2019 hingga menjadi Ketua Departemen Kesekretariatan HMTI UTU periode 2020/2021 serta aktif orgsnisasi mahasiswa eksternal lainnya.

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkat dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat dipenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila faktor-faktor pendukung kepuasan pelanggan terpenuhi. faktor penentu tersebut yaitu kualitas produk, jasa pelayanan, faktor emosional, harga dan biaya kemudah mendapat kan nya. Dealer Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat yang merupakan salah satu Dealer yang bergerak dibidang Otomotif sepeda motor baik *cash* Maupun kredit yang berlokasi di Jalan Nasional Meulaboh Kabupaten Aceh Barat. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan atribut yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas pelayaan Dealer Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat. Data diperoleh dengan melakukan observasi lapangan yaitu melakukan pengamatan langsung pada pelanggan Dealer Alfa Scorpii Meulaboh dengan cara pengamatan langsung, mencatat hal-hal, perilaku, pertumbuhan, dan sebagainya. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Skala *likert* dan metode model KANO. Berdasarkan Skala *likert* dan metode model KANO untuk mengumpulkan datanya diperoleh kesimpulan bahwa analisis tingkat kepuasan pelanggan pada sistem pelayanan dealer motor alfa scorpii meulaboh aceh barat mendapatkan hasil *one-dimesional* (dingkatkan), *attractive* (dipertahankan), *must-be* (diperbaiki), *indifferent* (dingkatkan) Berdasarkan hasil menggunakan Model Kano Atribut-Atribut yang Mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen berjumlah 22, hasil dari atribut tersebut pada kategori 1-6 *grade* diambil dari *must-be* karena Jika $(one-dimensional + attractive + must-be) > (indifferent + reverse + questionable)$, maka *grade* diperoleh dari ujung yang paling maksimum dari (*one-dimensional, attractive, must-be*). Sedangkan untuk atribut yang lain juga $(one-dimensional + attractive + must-be) < (indifferent + reverse + questionable)$, maka *grade* diperoleh dari ujung yang paling maksimum dari (*indifferent, reverse, questionable*)

Kata Kunci : Dealer, Kepuasan Pelanggan, Model Kano.

ABSTRACT

Customer satisfaction is a level where the needs, desires and expectations of customers can be fulfilled which will result in repeat purchases or customer loyalty. Customer satisfaction will be achieved if the supporting factors for customer satisfaction are met. The determining factors are product quality, service, emotional factors, price and ease of access. In this research, the writer did one of the dealers, namely the Alfa Scorpii Meulaboh West Aceh Dealer, which is one of the Alfa Scorpii Meulaboh West Aceh Dealers engaged in the automotive sector, both cash and credit, which is located on Meulaboh National Road, West Aceh District. This study aims to determine the attributes that influence the level of customer satisfaction on the service quality of Alfa Scorpii Meulaboh Dealers in West Aceh. Data was obtained by conducting field observations, namely direct observation of Alfa Scorpii Meulaboh Dealer customers by direct observation, noting things, behavior, growth, and so on. The method used in this study uses the Likert scale and the KANO model method. Based on the Likert scale and the KANO model method for collecting data, it can be concluded that the analysis of the level of customer satisfaction in the service system for the Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat motorbike dealer gets one-dimensional (improved), attractive (maintained), must-be (improved), indifferent (improved) Based on the results of using the Kano Model, the attributes that affect the level of consumer satisfaction are 22, where the results of these attributes get results in categories 1-6 grade taken from must-be because if (one-dimensional + attractive + must-be) > (indifferent + reverse + questionable), then the grade is obtained from the maximum end of (one-dimensional, attractive, must-be). As for the other attributes as well (one-dimensional + attractive + must-be) < (indifferent + reverse + questionable), the grade is obtained from the maximum end of (indifferent, reverse, questionable)

Keyword : Dealer, Customer Satisfaction, Canoe Model.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala Rahmat Hidayah dan Ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“ Aplikasi Model Kano Dalam Menganalisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Sistem Pelayanan Dealer Motor Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat”** Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi tugas dan persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri di Fakultas Teknik Universitas Teuku Umar.

Shalawat berserta salam tidak lupa penulis panjatkan kepada pangkuan baginda Nabi Besar Muhammad SAW karena dengan berkat perjuangan beliaulah kita dapat hidup sejahtera di bumi Allah SWT.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa doa, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Drs. Ishak, M.Si Selaku Rektor Universitas Teuku Umar.
2. Dr. Ir. M. Isya, M.T, Selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Teuku Umar.
3. Nissa Prasanti, S.Si., M.T, selaku Ketua Program Studi Teknik Industri terimakasih atas dorongan semangatnya selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Sofiyanurriyanti, S.T., M.T Selaku Dosen Pembimbing, yang telah bersedia meluangkan waktunya dan terimakasih atas segala kesabaran dan dorongan semangatnya selama membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

5. Arie Saputra, S.T., M.Si, selaku dosen penguji I. Terimakasih atas pertanyaan yang diberikan, masukan ilmu, saran dan motivasi yang membangun untuk memacu penulis menjadi lebih baik.
6. Rita Hartati, S.Pd., M.Pd selaku dosen penguji II. Terimakasih atas masukan, arahan dan motivasi yang sangat membangun untuk memacu penulis menjadi lebih baik.
7. Seluruh staf dosen prodi Teknik Industri yang telah membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Teuku Umar.
8. Pihak dealer motor Alfa Scorfii Meulaboh Aceh Barat yang telah banyak membantu penulis dalam melakukan penelitian dan menerima penulis dengan sangat baik.
9. Kepada Ayah dan ibu yang selalu mendoakan. Terimakasih untuk kasih sayang, pengorbanan, dukungan dan semangat moril dan materil yang telah diberikan.
10. Teman-teman angkatan 2017 telah memberikan semangat dan dukungan selama ini dalam menyelesaikan gelar sarjana.

Penulis menyadari bahwa tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dilihat dari isi maupun pembahasan. Oleh karena itu, penulis mengharap kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan Tugas Akhir ini.

Alue Peunyareng, 25 Mei 2022

Penulis

Juli Maulidi
NIM. 170590303002

DAFTAR ISI

HALAMAN

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I 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	5
1.6 Asumsi	6
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pengertian kualitas	8
2.2 Kulitas pelayan.....	8
2.3 Penyediaan pelayanan Dealer Motor	11
2.4 Kepuasan Pelanggan	11
2.5 Model Kano	11
2.5.1 Pengertian Model Kano	11
2.5.2 Katagori Kano	13
2.6 Posisi Penelitian	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	17
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	17
3.1.1 Tempat Penelitian	17
3.1.2 Waktu penelitian	17
3.2 Jenis Penelitian.....	19
3.3 Kerangka Konseptual	19

3.4	Populasi Dan Sampel Penelitian	20
3.5	Rancangan Penelitian.....	22
3.5.1	Pendahuluan	23
3.5.2	Pengumpulan data.....	23
3.5.3	Pengolahan data	24
3.5.4	Menentukan Skala Likert.....	24
3.5.5	Uji Validitas Data	25
3.5.6	Uji Reliabilitas Data.....	26
3.5.7	Pengukuran KANO	27
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....		30
4.1	Pengumpulan Data	30
4.2	Penentuan Jumlah Sampel Dan Langkah Pembutan Kuesioner	30
4.3	Uji Validasi Data	33
4.4	Uji Reabilitas Data.....	38
4.5	Pengolahan Dan Perhitungan Data Metode Kano	39
4.5.1	Menentukan Klasifikasi Tiap Atribut Layanan Berdasarkan Kategori Kano	39
4.5.2	Tabulasi Berdasarkan Kebutuhan Pelanggan dalam Kategori Kano	45
4.5.3	Menentukan Kategori Kano Untuk Tiap Atribut Layanan	46
BAB V ANALISIS DAN EVALUASI		52
5.1	Analisis	52
5.1.1	Analisis Jumlah Sampel	52
5.1.2	Analisis Uji Validitas dan Reabilitas Data.....	52
5.1.3	Analisis Metode Kano.....	53
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		57
6.1	Kesimpulan.....	57
6.2	Saran	58

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
Tabel 1.1 Data Penjualan	3
Tabel 2.1. Posisi Penelitian	14
Tabel 3.1 <i>Time Line</i>	18
Tabel 3.2 Jumlah Pelanggan Dealer Alfa Scorpii Meulaboh. 2018-2020	21
Tabel 3.3 Tingkat Penilaian Reabilitas	27
Tabel 3.4 Tabel Evaluasi Kano	27
Tabel 4.1 Daftar Pernyataan Kuesioner <i>Functional</i>	31
Tabel 4.2 Daftar Pernyataan Kuesioner <i>Disfunctional</i>	32
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas <i>Functional</i>	34
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas <i>Disfunctional</i>	36
Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas Kano <i>Functional</i> dan <i>Disfunctional</i>	38
Tabel 4.6 Tabel Evaluasi Kano	39
Tabel 4.7 Klasifikasi Atribut Berdasarkan Metode Kano	41
Tabel 4.8 Tabulasi Kebutuhan Konsumen Dalam Kategori Kano	45
Tabel 4.9 Penjumlahan Tiap Atribut Layanan Dalam Kategori Kano	48
Tabel 4.10 Tabulasi Tiap Atribut Layanan Kategori Kano	49
Tabel 4.11 Tingkatan Atribut Layanan Kategori Kano	50
Tabel 5.1 Kategori <i>One-dimensional</i>	53
Tabel 5.2 Kategori <i>Attractive</i>	54
Tabel 5.3 Kategori <i>Must-be</i>	55
Tabel 5.4 Kategori <i>indifferent</i>	56

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
Gambar 2.1 Diagram Kano	12
Gambar 3.1 Peta Lokasi Dealer Dealer Alfa Scorpii Meulaboh.....	17
Gambar 3.2 Kerangka Konseptual	19
Gambar 3.3 Diagram Alir Penelitian	22

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya (Umar, 2005). Menurut (Setiawati, 2009) kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkat dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat dipenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau loyalitas pelanggan. Dealer harus menjadikan kepuasan pelanggan sebagai tolak ukur penilaian dari produk atau jasa yang ditawarkan. Penilaian ini penting dilakukan untuk keberlangsungan dan eksistensi Dealer dipasaran.

Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila faktor-faktor pendukung kepuasan pelanggan terpenuhi. Faktor-faktor penentu tersebut yaitu kualitas produk, jasa pelayanan, faktor emosional, harga dan biaya kemudah mendapat kanya. Faktor-faktor tersebut dapat membuat pembisnis berfikir lebih dengan memberikan sesuatu hal yang baru agar dapat membuat pelanggan tertarik dengan memberikan sesuatu hal yang baru agar dapat membuat pelanggan tertarik dengan pruduk atau jasa yang di tawarkan (Irawan, 2008). Kualitas pelayanan dalam industri biasa adalah salah satu unsur penting untuk diperhatikan. Hal ini disebabkan oleh kualitas pelayanan merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mengukur kinerja organisasi jasa (Muhlemann, 2010. Menurut Nofirza (2011) kualitas jasa dalam tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Dealer Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat Merupakan salah satu Dealer Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat yang bergerak dibidang Otomotif sepeda motor baik *cash* Maupun kredit. Dealer ini sudah beroperasi selama sembilan tahun di kota Meulaboh yang berlokasi di Jalan Nasional Meulaboh Kabupaten Aceh Barat. Dalam kegiatan pelayanan yang dilakukan pihak Dealer berupaya untuk dapat memberikan pelayanan yang optimal. Berdasarkan observasi awal dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap pelanggan yang pernah menggunakan jasa Dealer Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat, diketahui bahwa masih terdapat beberapa hal yang membuat pelanggan merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan, Hal ini dapat dilihat dari data penjualan pada tahun 2019-2020 tejadinya penurunan penjualan, yang mana kita ketahui di tahun tersebut adanya pandemi covid-19 yang cukup menjadi kekawatiran konsumen sendiri yang takut untuk datang ke dealer karena beberapa diantaranya adalah mengenai fasilitas protokol kesehatan yang kurang baik sehingga konsumen lebih memilih dealer lain yang dirasa cukup aman untuk dikunjungi. Selain itu seperti ruang tunggu yang kurang nyaman yang masih perlu diperhatikan untuk ditingkatkan, belum lagi dengan permasalahan administrasi dan pelayanan lain yang di berikan oleh dealer motor, Seperti yang dijelaskan oleh Sales konter kepada peneliti.

Berikut data penjualan PT Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat

Tabel 1.1 Data Penjualan

Bulan	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Januari	56	39	30
Februari	60	20	36
Maret	45	26	45
April	52	27	37
Mei	49	39	50
Juni	55	29	58
Juli	62	23	49
Agustus	51	25	38
September	53	23	53
Desember	60	21	55
Okttober	53	24	59
November	63	35	60
Total	659	331	570
			1560

(Sumber : Dealer Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat 2018-2020)

Hal ini tentunya akan mempengaruhi kualitas layanan terhadap konsumen Dealer Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat, sehingga perlu dilakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan yang di berikan Dealer Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat. Berdasarkan permasalahan tersebut maka dibutuhkan metode yang dapat digunakan untuk menganalisis kualitas layanan Dealer Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat yaitu dengan Model Kano.

Model Kano dikembangkan oleh Prof. Noriaki Kano adalah model yang bertujuan untuk mengkategorikan atribut atribut dari produk ataupun jasa berdasarkan seberapa baik produk atau jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Di dalam modelnya, Kano membedakan tiga tipe produk yang diinginkan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu kategori *Must-be requirements* (atribut dasar) jika kategori ini tidak dipenuhi, maka konsumen akan secara ekstrim tidak puas. Di sisi lain, karena konsumen menganggap kategori ini

sudah semestinya, maka pemenuhan kategori ini tidak akan meningkatkan kepuasan konsumen, kategori *One-dimensional requirements* (atribut yang diharapkan), pada kategori ini kepuasan konsumen proporsional dengan kinerja atribut. Semakin tinggi kinerja atribut, semakin tinggi pula kepuasan konsumen, *Attractive requirements* (atribut yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan) pemenuhan kategori akan menyebabkan peningkatan kepuasan konsumen yang sangat tinggi, tetapi jika tidak dipenuhi tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan (Tan, 2001).

Penelitian yang pernah dilakukan oleh (Huda, 2017) hasil penelitian menggunakan Model Kano dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan pada Perpustakaan Universitas Kadiri masih kurang. Dikarenakan identifikasi kelemahan lebih besar daripada identifikasi keunggulan. Seperti yang ditunjukkan hasil Analisa Metode kano yang didapat dua kategori kano yaitu Must Be identifikasi kelemahan dan *One Dimensional* identifikasi keunggulan. Pada kategori *Must Be* didapat hasil sebanyak 61 dan pada kategori *One Dimensional* didapat hasil sebanyak 46. Dan untuk tingkat kekecewaan (ketidakpuasan) mencapai 92% pada atribut yang masuk dalam kategori *Must Be* sedangkan untuk tingkat keunggulan (kepuasan) mencapai 60% pada atribut yang masuk dalam kategori *One Dimensional*.

Berdasarkan latar belakang, penulis mencoba melakukan penelitian terhadap masalah ini sehingga penulis tertarik untuk membuat suatu penelitian dengan judul “**“APLIKASI MODEL KANO DALAM MENGANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA SISTEM PELAYANAN MOTOR DEALER ALFA SCORPII MEULABOH ACEH BARAT”**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di bahas di atas, maka dapat di rumuskan pokok permasalahan untuk penelitian ini adalah Atribut apa saja yang dinginkan oleh konsumen terhadap kualitas pelayanan Dealer Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu Menentukan atribut-atribut yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas pelayaan Dealer Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat menggunakan model Kano.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam melakukan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a) Bagi peneliti, diharapkan dengan dilakukan penelitian ini dapat menambah pengalaman, wawasan keilmuan dan pengetahuan dalam pengembangan ilmu otomotif, khususnya dalam bidang pengaruh pelayanan Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat terhadap kepuasan pelanggan.
- b) Bagi lembaga, menjadi bahan masukan dalam peningkatan mutu layanan dealer.
- c) Bagi pembaca, diharapkan temuan dari penelitian ini menjadi sumber informasi dan rujukan yang dianggap tepat dalam melaksanakan layanan dealer khususnya pada Dealer Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat.

1.5 Batasan Masalah

Pembatasan masalah sangat diperlukan dalam penelitian ini, sehingga hasil yang diperoleh dapat benar-benar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Hal-hal yang membatasi lingkup penelitian ini adalah:

- 1 Pengumpulan data dengan menyebarluaskan kuesioner kepada pengguna jasa layanan Dealer Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat.
- 2 Waktu pengambilan data dilakukan pada pukul 08.30-12.00 WIB
- 3 Penyebarluasan Kuesioner dilakukan dari bulan juni sampai dengan agustus 2022
- 4 Penelitian ini menggunakan model Kano

1.6 Asumsi

Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Layanan yang diberikan yang diberikan oleh pihak Dealer Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat tidak mengalami perubahan selama proses penelitian.
2. Responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam bentuk kuesioner.
3. Tidak terjadi perubahan jam kerja selama penelitian
4. Penelitian ini tidak memperhitungkan biaya

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk terbentuknya sebuah penyusunan laporan yang baik maka perlu adanya sistematika penulisan agar dapat tersusun. Sistematika yang digunakan dalam penulisan laporan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini terdiri atas uraian mengenai latar belakang masalah yang menjadi alasan penelitian ini dilakukan. Dilanjutkan dengan penulisan rumusan masalah yang merupakan pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab melalui penelitian yang dilakukan. Penulisan batasan penelitian dilakukan sebagai salah satu bentuk penentuan fokus penelitian agar penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang

nantinya dapat memberikan hasil penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian dan dapat memberikan manfaat penelitian sesuai dengan apa yang diharapkan oleh peneliti.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang dasar-dasar teori yang berkaitan dengan penelitian dan pemikiran yang digunakan sebagai pemecahan masalah.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan dijelaskan langkah-langkah yang digunakan dalam melakukan penelitian agar metodologi penelitian ini akan digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA DAN PENGOLAHAN DATA

Menguraikan tentang data yang dikumpulkan dan pengolahannya untuk memecahkan masalah sesuai dengan langkah-langkah yang telah ditentukan.

BAB 5 ANALISIS DAN EVALUASI

Menguraikan tentang pembahasan-pembahasan yang dilakukan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi untuk dievaluasi secara ilmiah.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang diberikan peneliti kepada Dealer

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Kualitas Jasa

Kualitas jasa menurut Wyckof dalam Lovelock yang dikutip oleh Tjiptono (2005), adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk.

2.2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan pernyataan perasaan dengan membandingkan antara harapan terhadap produk dan kenyataan yang dialami oleh seorang pelanggan (Simamora, 2009). Kualitas pelayanan adalah Tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut adalah untuk memenuhi keinginan atau harapan pelanggan. (Wyckup, 2002). Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Nasution, 2004). Indikator kualitas pelayanan menurut pemikiran yang dikembangkan oleh Parasuraman dkk, dalam Lupiyoadi (2001), sebagai berikut:

1. Bukti fisik (*tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (*teknologi*), serta penampilan pegawainya.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Daya Tanggap (*responsiveness*), yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
5. Empati (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya

memahami keinginan konsumen. Dimana perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Karakteristik utama dari suatu jasa mencakup tidak berwujud (*intangibility*), tidak terpisah (*inseparability*), bervariasi (*variability*), dan mudah lenyap (*perishability*) (Nasution, 2015). Dibawah ini penjelasan empat karakteristik utama jasa:

1. Tidak berwujud (*intangibility*), jasa sebelum dibeli tidak dapat dilihat, diraba, dirasakan, dicium, atau didengar.
2. Tidak terpisah (*inseparability*), jasa tidak dapat dipisahkan dari penyedianya, entah penyedianya itu manusia atau mesin
3. Bervariasi (*variability*), alasan mengapa layanan sangat beragam adalah karena outputnya terstandarisasi, yang berarti banyak variasi dalam bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada produsen, waktu dan lokasi layanan.
4. Mudah lenyap (*perishability*), jasa adalah komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

2.3. Penyediaan pelayanan Dealer Motor

Berdasar konsep tentang dimensi kualitas pelayanan di atas, Dealer Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat telah melaksanakan pelayanan pada masyarakat yang meliputi:

- a. Penyediaan sarana dan prasarana yang memadahi. Sarana prasarana yang diberikan meliputi ruang display dan perbengkelan.
- b. Meningkatkan kualifikasi karyawan dengan program pelatihan terutama dalam aspek pelayanan prima.
- c. Meningkatkan responsivitas terhadap keluhan konsumen
- d. Jaminan kualitas produk dan kejelasan informasi
- e. Sikap dan perilaku karyawan yang simpatik dan santun pada konsumen.

2.4. Kepuasan Pelanggan

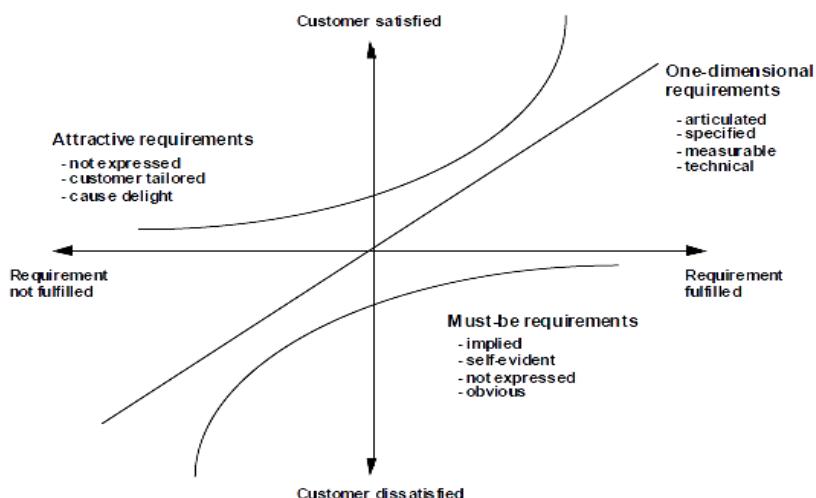
Kepuasan pelanggan adalah Kepuasan pelanggan merupakan tingkatan suatu kebutuhan, keinginan dan harapandari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (musanto 2004)

2.5. Model Kano

2.5.1 Pengertian Model Kano

Model Kano dikembangkan oleh Prof. Noriaki Di dalam modelnya, Kano membedakan tiga tipe produk yang diinginkan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu kategori *Must-be requirements* (atribut dasar) jika kategori ini tidak dipenuhi, maka konsumen akan secara ekstrim tidak puas. Di sisi lain, karena konsumen menganggap kategori ini sudah semestinya, maka pemenuhan kategori ini

tidak akan meningkatkan kepuasan konsumen, kategori *One-dimensional requirements* (atribut yang diharapkan), pada kategori ini kepuasan konsumen proporsional dengan kinerja atribut. Semakin tinggi kinerja atribut, semakin tinggi pula kepuasan konsumen, *Attractive requirements* (atribut yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan) pemenuhan kategori ini akan menyebabkan peningkatan kepuasan konsumen yang sangat tinggi, tetapi jika tidak dipenuhi tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan (Tan, 2001). Pada Gambar 2.1 menggambarkan hubungan antara kepuasan konsumen dengan kinerja dari produk atau jasa untuk ketiga tipe di atas.



Gambar 2.1. Diagram Kano
(Sumber: Tan dan Pawitra, 2001)

Model Kano digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan. Dalam Model Kano, menurut (Khamseh, 2011) terdapat 5 kategori faktor kualitas yaitu *must be*, *one-dimensional*, *attractive*, *indifference* dan *reverse* yang memiliki karakteristik dan tingkat pengaruh yang berbeda pada konsumen. Model Kano dapat didefinisikan sebagai model yang dirancang untuk

mengklasifikasikan atribut produk atau layanan berdasarkan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Purwati dan Sitompul, 2017).

2.5.2 Kategori Kano

Mustakim (2016), Dalam model Kano, kategori dari suatu produk dapat dibedakan menjadi:

1. *Must-be* atau *Basic needs* atau *Thereshold*: dapat diartikan apabila kinerja atribut terkait rendah, pelanggan akan merasa tidak puas. Namun, meskipun kinerja atribut ini tinggi, kepuasan pelanggan tidak akan jauh melebihi netral.
2. *One dimensional* atau *performance needs* atau *linear*: Tingkat kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang linier dengan kinerja atribut, oleh karena itu semakin tinggi kinerja atribut maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.
3. *Attractive* atau *Excitement needs* atau *delighters*: Dengan bertambahnya atribut kinerja maka tingkat kepuasan pelanggan akan sangat meningkat. Akan tetapi penurunan kinerja atribut tidak akan berakibat pada penurunan kepuasan.
4. *Reverse* Jika tingkat kepuasan pelanggan berbanding terbalik dengan hasil kinerja atribut, maka terjadi *Questionable Result* apabila tingkat kepuasan pelanggan tidak dapat ditentukan (ada kontradiksi dalam jawaban pelanggan); jika tingkat kepuasan pelanggan tidak mempengaruhi hasil kinerja atribut.

2.6. Posisi Penelitian

2.1. Posisi Penelitian

No	Judul	Jurnal/Volume/Tahun	Penulis	Metode	Kesimpulan
1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo	Jurnal Paradigma Vol. 13, No. 01, Februari – Juli 2015	Eswika Nilaasari & Istiatin	a) Metode observasi, b) Metode Kuesioner /angket, c) Metode dokumentasi	Berdasar uji F dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh simultan (secara bersama-sama) antara kualitas pelayanan yang mencakup variabel tangible (wujud fisik), reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), empathy (empati) terhadap kepuasan konsumen Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo.Jadi hipotesis yang menyatakan: terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan yang mencakup variabel tangible (wujud fisik), reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), empathy (empati) terhadap kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo, terbukti. Berdasar uji t diketahui terdapat pengaruh secara parsial antara variabel kualitas pelayanan yang mencakup variabel tangible (wujud fisik), reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), empathy (empati) terhadap kepuasan konsumen Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan diduga terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan yang mencakup variabel tangible (wujud fisik), reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), empathy (empati) terhadap kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo, terbukti.
2.	Analisis Kualitas Layanan Dealer Dan Administrasi Terhadap Kepuasan Dealer	Jurnal EMBA Vol.3 No.4 Desember 2015, Hal. 422-432	Febriany Feibe Rosaline Tuerah, Lisbeth Mananeke, Hendra N. Tawas.	Explanatory	Kesimpulan Penelitian Ini Adalah Sebagai Berikut: 1. Kualitas Layanan Dealer Dan Administrasi Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Kepuasan konsumen 2. Kualitas Layanan Dealer Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan .

No	Judul	Jurnal/Volume	Penulis	Motode	Kesimpulan
3.	Analisis Kepuasan Pemustaka Terhadap Kualitas Layanan Perpustakaan Dengan Model Dan Importance-Performace Analysis	ISSN 2477-0361 Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi, Vol. 14 No. 2, Desember 2018	Renanda Nia Rachmadita Dan Wibowo Arninputranto	Metode Importance-Performace Analysis	Berdasarkan Analisa, Dapat Diambil Kesimpulan Bahwa Secara Keseluruhan Tingkat Kepuasan Pemustaka Sebagai Responden, Masih Jauh Dari Harapan, Ini Terlihat Dari Nilai Gap Yang Bernilai Negatif Pada Semua Pertanyaan Kuesioner. Nilai Gap Terbesar Adalah -1,95 Dan Terdapat Pada Item (Perpustakaan Menyediakan Katalog Online Yang Memadai), Dikarenakan Sistem Katalog Yang Ada Masih Dalam Bentuk Offline Dan Perlu Segera Diubah Menjadi Online.
4.	Aplikasi Model Kano Dalam Menganalisis Sistem Pelayanan Online Dealer FST UIN SUSKA Riau Pada Masa Pandemi Covid-19	Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri, Vol. 18 No. 02, Juni 2021, Pp.180 -187 ISSN 1693-2390 Print/ISSN 2407-0939 Online	Muhammad Rizki, Adilla Try Almi, Ismu Kusumanto, Anwardi, Silvia.	Model Kano	Berdasarkan Hasil Pengolahan Data Dan Analisa Yang Dilakukan Sebelumnya, Maka Dapat Disimpulkan Bahwa Hasil Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Integrasi Model Dan Model Kano Didapatkan 20 Atribut Pelayanan Dengan 5 Dimensi Kualitas Pelayanan. Dimana Ke 5 Dimensi Tersebut Belum Dapat Memuaskan Kepuasan Pelanggan Terhadap Dealer Karena Nilai Kepuasan Dari Ke Lima Dimensi Tersebut Kecil Dari Satu ($Q < 1$), Maka Di Perlukanlah Prioritas Perbaikan Yang Harus Dilakukan Oleh Pihak Dealer FST Dalam Upaya Rekomendasi Perbaikan Yang Cocok Terhadap Pelayanan.
5.	Penerapan Model Kano Dalam Analisis Kualitas Pelayanan Sistem Pembelajaran Berbasis Online Pada Program Studi Teknik Industri Upn "Veteran" Jawa Timur	Juminten: Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi Vol. 02, No. 01, Tahun 2021, Hal. 25-36	Afiady Fitsal Ubaidillah, Dwi Sukma Donoriyanto, Tranggono	Model Kano	Tingkat Kepuasan Responden Masih Belum Memenuhi Harapan Pelanggan Dan Perlu Dilakukan Perbaikan Kualitas Pelayanan. Hal Ini Dapat Diketahui Dari Hasil Perhitungan Nilai Rata – Rata Gap Untuk Keseluruhan Atribut Pelayanan Yang Diujikan Pada Model Diperoleh Nilai -1,35294 Yang Berarti Bahwa Tingkat Kepuasan Yang Dirasakan Oleh Responden Lebih Rendah Daripada Tingkat Harapan Pelanggan. Maka Dari Itu, Masih Perlu Dilakukan Usaha Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan. Rancangan Respon Teknis Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Pelanggan Dalam Usaha Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Adalah Dengan melakukan pengenalan pada dealer agar lenih paham.

No	Judul	Jurnal/Volume	Penulis	Motode	kesimpulan
6	Aplikasi Model Kano Dalam Menganalisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Sistem Pelayanan Dealer Motor Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat	TGA (2022)	Juli Maulidi	Model Kano	Berdasarkan hasil menggunakan Model Kano Atribut-Atribut yang Mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen berjumlah 22, yang mana hasil dari atribut tersebut mendapatkan Hasil pada kategori 1-6 <i>grade</i> diambil dari <i>must-be</i> karena Jika (<i>one-dimensional + attractive + must-be</i>) > (<i>indifferent + reverse + questionable</i>), maka <i>grade</i> diperoleh dari ujung yang paling maksimum dari (<i>one-dimensional, attractive, must-be</i>). Sedangkan untuk atribut yang lain juga (<i>one-dimensional + attractive + must-be</i>) < (<i>indifferent + reverse + questionable</i>), maka <i>grade</i> diperoleh dari ujung yang paling maksimum dari (<i>indifferent, reverse, questionable</i>).

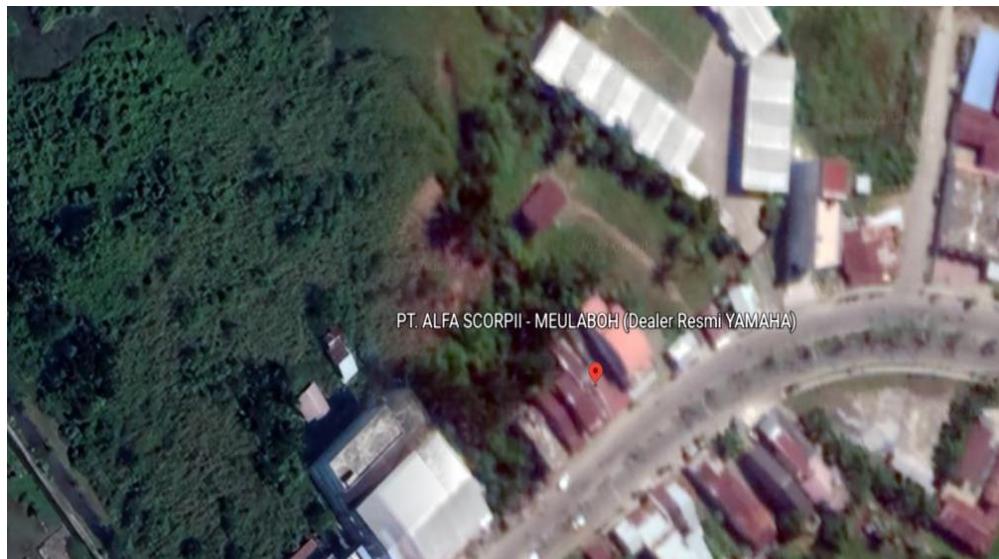
BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat Penelitian

Lokasi tempat penelitian yaitu di Dealer Alfa Scorpii Meulaboh., Berada di Desa Darat Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Barat, yang bergerak dibidang pemasaran produk otomotif. Berikut Peta Lokasi Dealer Alfa Scorpii Meulaboh



Gambar 3.1. Peta Lokasi Dealer Alfa Scorpii Meulaboh

(Sumber : *Google Maps*, 2022)

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian dan penyusunan Tugas Akhir ini direncanakan 4 (Empat) bulan, dari bulan mai sampai September 2022. *Timeline* penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1 dibawah ini:

Tabel 3.1. Time Line

Aktivitas	BULAN															
	Mei				Juni				Juli				Agustus			
	Minggu															
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Studi Lapangan: - Mengidentifikasi Masalah																
Studi Literatur: - Mencari referensi dari jurnal dan Buku									-	-	-	-				
Penyusunan Proposal: 1. Pendahuluan 2. Landasan Teori 3. Metodologi penelitian									-	-	-	-				
Pengumpulan Data: 1. Data pelayanan 2. Data pelanggan 3. Data Keluhan konsumen									-	-	-	-				
Pengolahan Data: 1. Identifikasi atribut 2. Tes pra kuesioner Kano 3. Kuesioner 4. mengklasifikasi atribut 5. Menghitung nilai GAP 6. Tindakan Klasifikasi Kano																
Laporan TGA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				

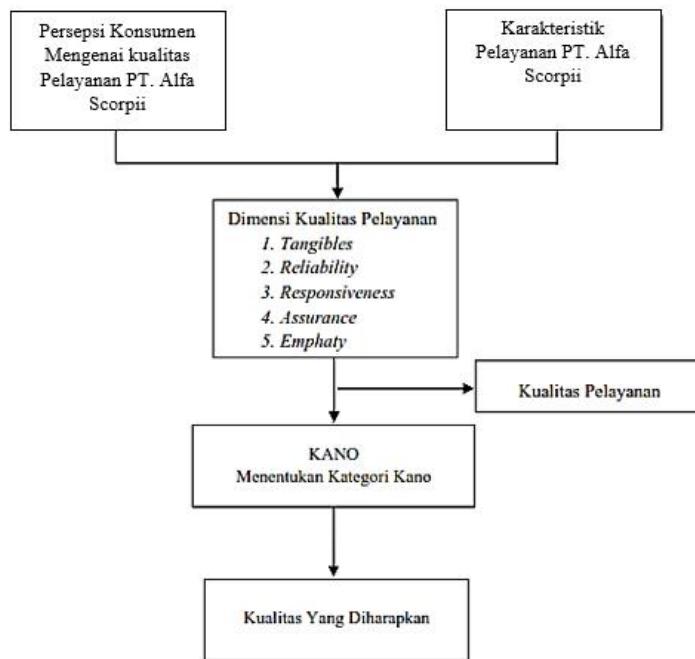
(Sumber: Data Sekunder, 2022)

3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah *explanatory* yaitu model untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel kualitas layanan dealer, administrasi dan kepuasan pelanggan.

3.3. Kerangka Koseptual

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



Gambar 3.2. Kerangka Konseptual

(Sumber: Data Sekunder, 2022)

Berdasarkan Gambar 3.2 diatas maka dapat dilihat bahwa pelanggan mempunyai persepsi tersendiri mengenai kualitas pelayanan di dealer. Dilain pihak, dealer juga mempunyai karakteristik tersendiri mengenai kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada Pelanggan, dari persepsi Pelanggan dan karakteristik dealer tersebut kemudian digali lebih dalam menjadi dimensi-dimensi kualitas yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Kemudian kelima atribut kualitas pelayanan dihitung dengan model KANO untuk mempertemukan kriteria-kriteria yang diinginkan pelanggan dengan pelayanan yang telah diberikan oleh manajemen sehingga dari hasil analisis ini diharapkan dapat membantu dealer untuk mengevaluasi dan memenuhi atribut-atribut kualitas pelayanan apa saja yang diinginkan pelanggan dan target operasional apa yang harus segera dilakukan untuk mengantisipasi keinginan kualitas yang diharapkan pelanggan, dengan mengetahui atribut-atribut kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan, diharapkan pihak Dealer Alfa Scorpii Meulaboh. dapat melakukan perbaikan kualitas pelayanan yang bertujuan untuk memenuhi sebagian besar harapan pelanggan.

3.4. Populasi Dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan totalitas dari seluruh unsur yang ada di dalam sebuah wilayah penelitian (Purwanto, 2018). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan yang pernah merasakan dengan menggunakan teknik sampling. Berdasarkan data Dealer Alfa Scorpii Meulaboh., jumlah pelanggan Dealer Alfa Scorpii Meulaboh.

Tabel 3.2 Jumlah Pelanggan Dealer Alfa Scorpii Meulaboh. 2018-2020

No	Jenis Kelamin	Jumlah Pelanggan
		2018-2020
1	Laki-Laki	919
2	Perempuan	641
	Jumlah	1560

(Sumber: Dealer Alfa Scorpii Meulaboh 2018-2020)

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Arikunto, 2001). Berdasarkan tabel diatas maka untuk penarikan sampel digunakan metode probabilistik (*probabilistic sampling*) yang berarti setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel penelitian. Teknik yang digunakan yaitu *simple random sampling*. Jumlah sampel yang digunakan untuk penyebaran kuesioner menggunakan metode *Slovin* dengan tingkat batas toleransi kesalahan 10%, adapun rumus yang digunakan menurut (Purwanto, 2018) yaitu:

Keterangan :

n = jumlah sampel

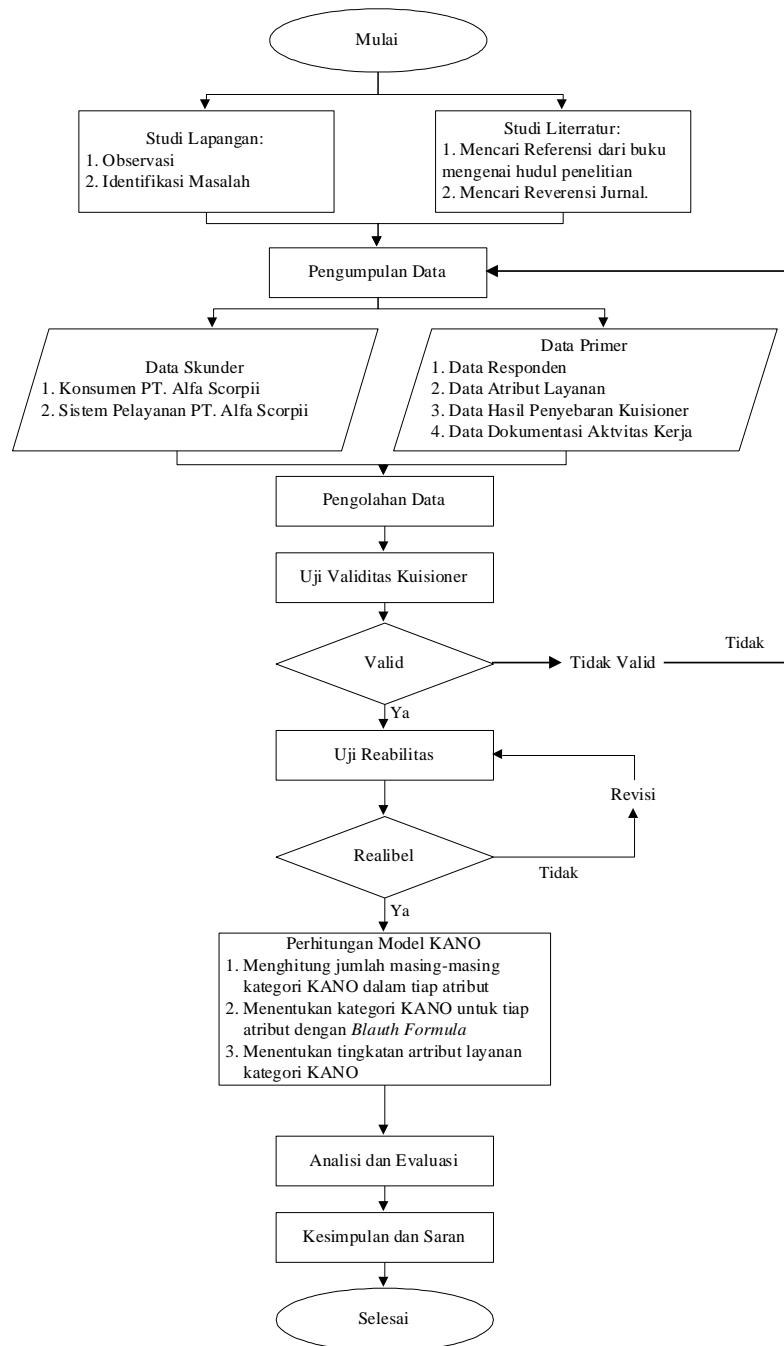
N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

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

- a) Tingkat keyakinan = 90% maka *margin of error* = 0,10
 - b) Tingkat keyakinan = 95% maka *margin of error* = 0,05
 - c) Tingkat keyakinan = 99% maka *margin of error* = 0,01

3.5. Rancangan Penelitian



Gambar 3.3. Diagram Alir Penelitian
(Sumber: Data Sekunder, 2022)

3.5.1 Pendahuluan

Pada penelitian ini dilakukan dua jenis studi sebagai langkah awal dalam menyelesaikan penelitian yaitu studi lapangan dan studi literatur.

- a) Peninjauan lapangan dilakukan dengan melihat secara langsung proses pelayanan yang diberikan oleh pihak Dealer Alfa Scorpii Meulaboh.. Sehingga diketahui permasalahan yang terjadi dilapangan. Adapun masalah yang ditemui yaitu kurang optimalnya pelayanan terhadap Pelanggan sehingga berdampak terhadap kepuasan pelanggan Dealer Alfa Scorpii Meulaboh.
- b) Studi literatur dilakukan untuk melihat atau meninjau daftar pustaka yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan atau mengumpulkan data pustaka tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan model KANO.

3.5.2 Pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini antara lain:

- a) Observasi

Peneliti melakukan pengamatan langsung pada pelanggan Dealer Alfa Scorpii Meulaboh sebagai bahan penelitian, dengan cara pengamatan langsung, terdapat kemungkinan untuk mencatat hal-hal, perilaku, pertumbuhan, dan sebagainya, sewaktu kejadian tersebut berlaku, atau sewaktu perilaku tersebut terjadi untuk mendapatkan data awal.

b) Penyebaran kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mengetahui kondisi aktual di lapangan yang memberi kesempatan luas bagi responden untuk memberikan jawaban atau tanggapannya terhadap kuesioner.

3.5.3 Pengolahan data

Setelah diperoleh data maka selanjutnya dilakukan pengolahan data. Adapun pengolahan data seperti perhitungan menentukan skala lineart kuisioner, uji validitas kuisioner, uji reabilitas kuisioner, menentukan atribut-atribut produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik atribut tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan Dealer Alfa Scorpii Meulaboh.

3.5.4 Menentukan Skala Likert

Metode Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Adapun tingkat kesetujuan responden terhadap variabel-variabel penelitian yang dipertanyakan dalam kuesioner / instrument penelitian dalam Skala Likert diklasifikasi sebagai berikut:

Untuk mengukur kinerja dan harapan:

1. Sangat tidak setuju (STS): nilai dengan bobot 1
2. Tidak setuju (TS): nilai dengan bobot 2
3. Netral (N): nilai dengan bobot 3
4. Setuju (S): nilai dengan bobot 4
5. Sangat Setuju (SS): nilai dengan bobot 5

3.5.5 Uji Validitas Data

Uji Validitas bertujuan untuk menentukan keakuratan dari masing-masing pertanyaan dalam kuesioner yang telah disebarluaskan. validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti (Cooper, dkk., 2006). Untuk mengukur validitas digunakan alat bantu berupa *software* SPSS. Nantinya hasil pengujian dapat dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r Tabel.

Cara menentukan hasil nilai r Tabel yaitu dengan memiliki nilai tingkat signifikansi sebesar 5%. Maka diperoleh nilai yaitu $n = 100$, r Tabel 0,195 Nilai r hitung didapat setelah melakukan pengolahan data menggunakan alat bantu berupa software SPSS 23. Hasil nilai r diperoleh dari hasil output dengan alat bantu software SPSS 23. Hasil dapat dilihat pada bagian output nilai hitung *Corrected Item Total Correlation*. Sedangkan dalam menggunakan perhitungan manual menggunakan formula *Koefisien Korelasi Product Moment* dengan menggunakan Rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh (Arikunto, 2002) sebagai berikut:

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \quad \dots \dots \dots (3.2)$$

Keterangan:

r = Koefisien validitas

N = Jumlah Sampel

X_i = Skor item ke i yang akan diuji validitasnya

Y = Jumlah skor yang diperoleh tiap responden

SX = Jumlah seluruh skor pada item

SY = Jumlah seluruh skor diperoleh tiap responden

SXY = Jumlah hasil perkalian skor pertama dengan skor kedua

SX2 = Jumlah hasil kuadrat skor pertama

SY2 = Jumlah hasil kuadrat skor kedua

3.5.6 Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, maksudnya apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (Syaifuddin, A. 2000). Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik Formula *Alpha Cronbach* dan dengan menggunakan program SPSS 23 *for windows*.

Rumus :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S^2 j}{S^2 \chi} \right) \quad \dots \dots \dots \quad (3.3)$$

Keterangan:

a = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

S_j = variansi responden untuk item j

S_x = jumlah varians skor total

Berdasarkan pada perhitungan uji reabilitas dilakukan menggunakan rumus alpha cronbach seperti terlihat diatas, sehingga apabila α hitung lebih besar dari pada 0,6, maka dinyatakan data tersebut reliabel. Berdasarkan hal tersebut maka dalam perhitungan uji reabilitas memiliki kriteria tingkat penilaian reabilitas seperti pada

Tabel 2.1, berikut:

Tabel 3.3 Tingkat Penilaian Reabilitas

Tingkat Reabilitas Data	Tingkat
0-0,2	Sangat rendah
0,2-0,4	Rendah
0,4-0,6	Cukup
0,6-0,8	Tinggi
0,8-1,00	Sangat tinggi

(Sumber: Saifuddin, A.2012)

3.5.7 Pengukuran KANO

- 1 Menentukan atribut tiap responden

Anggoro (2008), memodifikasi atribut-atribut Metode KANO menjadi *functional* dan *Dysfunctional question*. Skala likert juga digunakan dalam Metode KANO sebagai pilihan yang dapat dijawab oleh responden. Lima skala yang digunakan yaitu:

1. Suka (S) = Dinilai dengan bobot 1
2. Harapan (H) = dinilai dengan bobot 2
3. Netral (N) = dinilai dengan bobot 3
4. Toleransi (T) = dinilai dengan bobot 4
5. Tidak suka (TS) = dinilai dengan bobot 5

Tabel 3.4 Tabel Evaluasi KANO

Kebutuhan konsumen		<i>Dysfunctional</i>				
		1	2	3	4	5
<i>Functional</i>	1. Suka	Q	A	A	A	O
	2. Harap	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: Anggoro, 2008)

Adapun enam kategori yang terdapat pada Tabel diatas yaitu:

1) A = *Attractive*

Menggambarkan akan adanya peningkatan konsumen jika produk tersebut berfungsi lebih baik dari biasanya, tetapi kepuasannya tidak akan menurun jika produk tidak berfungsi lebih baik dari fungsi biasanya.

2) M = *Must-be*

Menggambarkan semakin suatu produk tidak berfungsi dengan semestinya, maka kepuasan konsumen akan semakin menurun, tetapi kepuasan konsumen tidak akan meningkat walaupun produk tersebut berfungsi dengan sangat baik.

3) O = *One-dimensional*

Menggambarkan kepuasan konsumen akan meningkat jika sebuah produk semakin berfungsi dengan baik, dan sebaliknya kepuasan konsumen akan menurun jika sebuah produk tidak berfungsi dengan semestinya.

4) I = *Indifferent*

Kepuasan konsumen tidak dipengaruhi oleh sifat produk yang fungsional atau tidak fungsional. Sebagai contoh, ada atau tidaknya fasilitas converter tidak akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

5) R = *Reverse*

Reverse adalah penetapan dari perusahaan terbalik dengan apa yang dirasakan oleh konsumen.

6) Q = *Questionable*

Sedangkan *questionable* adalah jawaban dari konsumen (responden) tidak jelas atau kurang sesuai dengan pertanyaan yang ada.

2. Menghitung jumlah masing-masing kategori KANO dalam tiap-tiap atribut.
3. Menentukan kategori KANO untuk tiap atribut dengan menggunakan *Blaauth Formula* (Walden,1993) sebagai berikut: (*one-dimensional+attractive+must-be*) > (*indifferent+reverse+questionable*), maka *grade* diperoleh dari yang paling maksimum dari (*one-dimensional, attractive, must be*). Jika (*one-dimensional+attractive+must-be*) < (*indifferent+reverse+questionable*) maka grade diperoleh dari yang paling maksimum dari (*indifferent, reverse, questionable*).

Tindakan perbaikan, paduan umum bagi organisasi dalam menentukan target untuk kategori KANO adalah berupaya memenuhi semua atribut *must be*, mempunyai kinerja lebih baik daripada *competitor* pada atribut *one-dimensional*, dan memuaskan atribut *attractive* berbeda dengan *competitor*

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk menumpulkan data, sehingga dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan penyebaran kuisioner, dimana responden hanya memilih skala jawaban yang telah disediakan pada kolom jawaban.

4.2 Penentuan Jumlah Sampel Dan Langkah Pembuatan Kuisioner

Penentuan jumlah sampel yang digunakan untuk penyebaran kuesioner menggunakan metode Slovin dengan tingkat keyakinan 90% maka *margin of error* = 0,10 dan jumlah konsumen adalah 1560 yaitu:

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

$$n = \frac{1560}{1 + 1560(0,10)^2} = \frac{1560}{1 + 1560} = \frac{1560}{1561} = 0,99 = 100 \text{ Sampel}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka banyaknya sampel dalam penelitian ini adalah 0,99 yang dibulatkan menjadi 100 responden. Adapun langkah-langkah dalam membuat kuisioner pada penelitian ini antara lain:

1. Menentukan atribut pelayanan yang diberikan oleh pihak Dealer kepada Konsumen berdasarkan lima dimensi pelayanan (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*).

2. Menyusun Pernyataan kuisioner berdasarkan pada atribut pelayanan Dealer kepada Konsumen.
3. Butir-butir Pernyataan kemudian disebarluaskan kepada responden.
4. Merekap hasil jawaban responden.

Berikut adalah atribut-atribut pernyataan pada kuisioner Kano (*Functional*)

Tabel 4.1 Daftar Pernyataan Kuesioner *Functional*

Dimensi	Pernyataan Setiap Atribut
<i>Tangibles (Bukti Nyata)</i>	1. Tampilan Aplikasi selalu mudah di pahami
	2. Tampilan Aplikasi selalu lengkap dan informatif
	3. Ruang Tunggu selalu tertata rapi dan bersih
	4. Fasilitas dealer selalu memadai (korsi, meja,)
	5. Ruang Tunggu selalu Tersedia di dalam Maupun diluar
	6. Atministrasi selalu selesai dalam waktu 3 hari
<i>Reliability (Kehandalan)</i>	7. Selalu Kedisiplinan waktu kerja petugas dealer
	8. Selalu Kemudahan prosedur pembelian motor
	9. Selalu Keakuratan informasi servis motor
	10. Selalu Melayani Dengan cepatan dealer
	11. Selalu cepat merespon keluhan dan masukan konsumen
	12. Ketanggapan dealer selalu dalam merespon permintaan dan kebutuhan konsumen
<i>Responsivess (Daya Tanggap)</i>	13. Dealer selalu mampu menjawab pertanyaan dari konsumen
	14. Konsumen selalu percaya terhadap pelayanan dealer
	15. Selalu Sopan dan ramah petugas dealer
	16. Ketanggapan dealer dalam merespon permintaan dan kebutuhan konsumen
<i>Assurance (Jaminan)</i>	17. Konsumen selalu merasa aman (data pribadi di privat)
	18. Jajaran karyawan dealer selalu orang-orang ahli di bidang otomotif
	19. Selalu Gratis servis untuk konsumen baru selama setahun pertama

Dimensi	Pernyataan Setiap Atribut
<i>Emphy (Empati)</i>	20. dealer selalu memberikan perhatian penuh kepada mahasiswa
	21. Dealer selalu mampu memahami dan membaca kebutuhan mahasiswa
	22. Dealer selalu mengingatkan waktu servis untuk konsumen

Berikut adalah atribut-atribut Pernyataan pada kuisioner Kano (*Disfunctional*):

Tabel 4.2 Daftar Pernyataan Kuesioner *Disfunctional*

Dimensi	Pernyataan Setiap Atribut
<i>Tangibles (Bukti Nyata)</i>	1. Tampilan Aplikasi Tidak mudah di pahami
	2. Tampilan Aplikasi Tidak lengkap dan informatif
	3. Ruang Tunggu Tidak tertata rapi dan bersih
	4. Fasilitas dealer Tidak memadai ((korsi, meja)
	5. Ruang Tunggu Tidak Tersedia di dalam Maupun diluar
	6. Atministrasi selalu selesai dalam waktu 3 hari
<i>Reliability (Kehandalan)</i>	7. petugas tidak disiplin waktu kerja di dealer
	8. Tidak Kemudahan prosedur pengurusan Pembelian Motor
	9. Tidak Keakuratan informasi servis motor
	10. Tidak Melayani Dengan cepatan dealer
	11. Tidak cepat merespon keluhan dan masukan konsumen
	12. Tidak Ketanggapan dealer dalam merespon permintaan dan kebutuhan konsumen
<i>Responsivess (Daya Tanggap)</i>	13. Dealer Tidak mampu menjawab pertanyaan dari konsumen
	14. Konsumen Tidak percaya terhadap pelayanan dealer

Dimensi	Pernyataan Setiap Atribut
	15. Tidak Sopan dan ramah petugas dealer saat melayani konsumen
	16. Ketanggapan dealer dalam merespon permintaan dan kebutuhan konsumen
Assurance (Jaminan)	17. Konsumen Tidak merasa aman (data pribadi di privat)
	18. Jajaran karyawan Tidak orang-orang ahli di bidang otomotif
	19. Tidak Gratis servis untuk konsumen baru selama setahun pertama
	20. Dealer Tidak memberikan perhatian penuh kepada konsumen
Emphy (Empati)	21. Dealer Tidak mampu memahami dan membaca kebutuhan konsumen
	22. Dealer Tidak mengingatkan waktu servis untuk konsumen

Keterangan :

Functional/Disfunctional

1 = Suka

3 = Netral

2 = Harapan

4 = Toleransi

5 = Tidak Suk

4.3 Uji Validitas Data

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan hasil 100 kuisioner. Dalam mengolah data pada uji validitas data, maka dengan tingkat signifikansi 5%. Nilai r dapat dilihat pada Tabel r yaitu : $df = 100$, $r_{tabel} = 0,195$. Untuk memperoleh keakuratan hasil dalam uji validitas, maka nilai r dapat diperoleh dengan menggunakan alat bantu *software SPSS 32*, sehingga hasil yang didapat pada Tabel 4.4 – 4.7 yaitu:

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Functional

Dimensi	Atribut	Funcsional		
		r Tabel	r Hitung	Ket
Tangibles (Bukti Nyata)	1 Tampilan Aplikasi mudah di pahami	0,195	0,377	Valid
	2 Tampilan Aplikasi lengkap dan informatif	0,195	0,434	Valid
	3 Ruang Tunggu tertata rapi dan bersih	0,195	0,282	Valid
	4 Fasilitas dealer memadai (korsi, meja,)	0,195	0,263	Valid
	5 Ruang Tunggu Tersedia di dalam Maupun diluar	0,195	0,398	Valid
	6 Atministrasi selesai dalam waktu 3 hari	0,195	0,562	Valid
Reliability (Kehandalan)	7 Kedesiplinan waktu kerja petugas dealer	0,195	0,409	Valid
	8 Kemudahan prosedur pembelian motor	0,195	0,448	Valid
	9 Keakuratan informasi servis motor	0,195	0,408	Valid
	10 Melayani Dengan cepatan dealer	0,195	0,311	Valid
	11 Cepat merespon keluhan dan masukan konsumen	0,195	0,437	Valid
	12 Ketanggapan dealer dalam merespon permintaan dan kebutuhan konsumen	0,195	0,279	Valid
Responsivess (Daya Tanggap)	13 dealer mampu menjawab pertanyaan dari konsumen	0,195	0,677	Valid
	14 konsumen percaya terhadap pelayanan dealer	0,195	0,583	Valid
	15 Sopan dan ramah petugas dealer	0,195	0,616	Valid
	16 Ketanggapan dealer dalam merespon permintaan dan kebutuhan konsumen	0,195	0,580	Valid

Dimensi	Atribut	<i>Funcsional</i>		
		r Tabel	r Hitung	Ket
<i>Assurance (Jaminan)</i>	17 Konsumen merasa aman (data pribadi di privat)	0,195	0,583	Valid
	18 Jajaran karyawan dealer orang-orang ahli di bidang otomotif	0,195	0,407	Valid
	19 Gratis servis untuk konsumen baru selama setahun pertama	0,195	0,599	Valid
<i>Emphaty (Empati)</i>	20 dealer memberikan perhatian penuh kepada konsumen	0,195	0,389	Valid
	21 Dealer mampu memahami dan membaca kebutuhan konsumen	0,195	0,405	Valid
	22 Dealer mengingatkan waktu servis untuk konsumen	0,195	0,424	Valid

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas *Dis Functional*

Dimensi	Atribut	<i>Dis Funcsional</i>		
		r Tabel	r Hitung	Ket
Tangibles (Bukti Nyata)	1 Tampilan Aplikasi mudah di pahami	0,195	0,810	Valid
	2 Tampilan Aplikasi lengkap dan informatif	0,195	0,378	Valid
	3 Ruang Tunggu tertata rapi dan bersih	0,195	0,640	Valid
	4 Fasilitas dealer memadai (korsi, meja,)	0,195	0,712	Valid
	5 Ruang Tunggu Tersedia di dalam Maupun diluar	0,195	0,542	Valid
	6 Atministrasi selesai dalam waktu 3 hari	0,195	0,700	Valid
Reliability (Kehandalan)	7 Kedesiplinan waktu kerja petugas dealer	0,195	0,398	Valid
	8 Kemudahan prosedur pembelian motor	0,195	0,422	Valid
	9 Keakuratan informasi servis motor	0,195	0,342	Valid
	10 Melayani Dengan cepatan dealer	0,195	0,336	Valid
	11 Cepat merespon keluhan dan masukan konsumen	0,195	0,501	Valid
	12 Ketanggapan dealer dalam merespon permintaan dan kebutuhan konsumen	0,195	0,519	Valid
Responsivess (Daya Tanggap)	13 dealer mampu menjawab pertanyaan dari konsumen	0,195	0,598	Valid
	14 konsumen percaya terhadap pelayanan dealer	0,195	0,566	Valid
	15 Sopan dan ramah petugas dealer	0,195	0,483	Valid
	16 Ketanggapan dealer dalam merespon permintaan dan kebutuhan konsumen	0,195	0,232	Valid

Dimensi	Atribut	<i>Dis Funcsional</i>		
		r Tabel	r Hitung	Ket
<i>Assurance (Jaminan)</i>	17 Konsumen merasa aman (data pribadi di privat)	0,195	0,308	Valid
	18 Jajaran karyawan dealer orang-orang ahli di bidang otomotif	0,195	0,371	Valid
<i>Emphaty (Empati)</i>	19 Gratis servis untuk konsumen baru selama setahun pertama	0,195	0,616	Valid
	20 dealer memberikan perhatian penuh kepada konsumen	0,195	0,675	Valid
	21 Dealer mampu memahami dan membaca kebutuhan konsumen	0,195	0,327	Valid
	22 Dealer mengingatkan waktu servis untuk konsumen	0,195	0,626	Valid

Hasil yang didapat pada Tabel diatas telah diolah dengan alat bantu *software* SPSS 32 maka pada hasil r hitung $\geq r$ tabel. Artinya hasil tiap-tiap item pada atribut yang ada sesuai dengan kuesioner maka dinyatakan valid, sehingga dengan adanya hasil yang didapat maka tidak ada item atribut yang harus dibuang.

4.4 Uji Reabilitas Data

Uji reliabilitas yaitu suatu alat ukur untuk mengetahui seberapa jauh tingkat konsistensi dari jawaban responden terhadap keseluruhan pertanyaan yang diajukan. Untuk mendapatkan hasil yang reliabel maka menggunakan alat bantu *software* SPSS 32 sehingga akan menghasilkan *output Cronbach's Alpha*. Uji reliabilitas dalam pengolahan data ini, digunakan untuk mengetahui tingkat reliabel pada *Functional* dan *disfunctional* pada metode kano. Dibawah ini merupakan hasil uji reliabilitas yang sudah diolah dengan bantuan *softare* SPSS 32.

Berikut pada Tabel 4.9 Hasil uji reliabilitas Kano *Functional* dan *Disfunctional* dengan menggunakan alat bantu berupa *software* SPSS 32 :

Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas Kano *Functional* dan *Disfunctional*

No	Jenis Pertanyaan	Cronbach alpha	R Tabel	Keterangan
1	<i>Functional</i>	0,8	0,6	Reliabel
2	<i>Disfunctional</i>	0,8	0,6	Reliabel

Dari Tabel diatas, nilai *Cronbach's Alpha* pada uji reliabilitas untuk pada *Functional* sebesar 0,8 dan untuk *disfunctional* sebesar 0,8. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban atas butir kuesioner sudah *reliabel* karena nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6$.

4.5 Pengolahan Dan Perhitungan Data Metode Kano

4.5.1 Menentukan Klasifikasi Tiap Atribut Layanan Berdasarkan Kategori Kano

Langkah pertama yang dilakukan untuk mengkategorikan atribut atribut layanan kedalam metode Kano yaitu dengan cara menentukan jawaban keseluruhan atas kuesioner responden berdasarkan pengelompokkan pertanyaan pada jenis pertanyaan *functional* dan *disfunctional*. Kegunaan Tabel evaluasi Kano dibawah ini, untuk mengelompokkan suatu atribut-atribut dari tiap responden. Berikut Tabel 4.12 Tabel Evaluasi Kano:

Tabel 4.6 Tabel Evaluasi Kano

	<i>Dysfucntional</i>				
	1. Like	2. Must-be	3. Neutral	4. Live With	5. Dislike
<i>Functional</i>	1. like	A	A	A	O
2. must-be	R	I	I	I	M
3. Neutral	R	I	I	I	M
4. Live With	R	I	I	I	M
5. Dislike	R	R	R	R	Q

Keterangan :

A = *Attractive*

1 = Suka

M = *Must – be*

2 = Mengharapkan

O = *One – dimensional*

3 = Netral

R = *Reverse*

4 = Toleransi

Q = *Questionable*

5 = Tidak Suka

I = *Indifferent*

Untuk melakukan penentuan kategori kano, dari jawaban tiap-tiap atribut berdasarkan jenis *functional* dan *disfunctional* maka dilakukan dengan cara menentukan titik nilai responden di tiap nilai atribut *functional* dengan *disfunctional*, maka akan diperoleh hasil satu titik temu untuk menentukan atribut tersebut kedalam metode kano.

$1 - 1 = Questionable$	$3 - 1 = Reverse$	$5 - 1 = Reverse$
$1 - 2 = Attractive$	$3 - 2 = Indifferent$	$5 - 2 = Reverse$
$1 - 3 = Attractive$	$3 - 3 = Indifferent$	$5 - 3 = Reverse$
$1 - 4 = Attractive$	$3 - 4 = Indifferent$	$5 - 4 = Reverse$
$1 - 5 = One Dimensional$	$3 - 5 = Must Be$	$5 - 5 = Questionable$
$2 - 1 = Reverse$	$4 - 1 = Reverse$	
$2 - 2 = Indifferent$	$4 - 2 = Indifferent$	
$2 - 3 = Indifferent$	$4 - 3 = Indifferent$	
$2 - 4 = Indifferent$	$4 - 4 = Indifferent$	
$2 - 5 = Must Be$	$4 - 5 = Must Be$	

Dibawah ini hasil penentuan dalam klasifikasi masing-masing atribut ke kategori Kano dapat dilihat Tabel 4.13 sebagai berikut :

Tabel 4.7 Klasifikasi Atribut Berdasarkan Metode Kano

Responden	Atribut																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1	O	I	O	M	I	A	I	A	I	I	M	I	I	I	I	M	I	M	I	I	M	
2	M	M	I	M	I	I	I	I	I	M	I	M	I	I	I	I	M	I	M	I	I	
3	I	A	R	I	I	A	I	I	I	I	M	I	I	I	I	I	I	I	I	A	I	
4	I	I	I	I	A	I	A	A	A	I	A	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	
5	I	I	A	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	
6	A	I	O	I	I	A	I	A	I	I	I	M	I	I	I	I	I	I	I	I	I	
7	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	
8	I	I	O	I	I	I	I	I	I	I	M	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	
9	A	I	A	I	I	A	I	A	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	
10	I	I	I	R	I	I	I	I	I	I	I	I	I	R	I	I	I	I	R	I	I	
11	I	A	R	I	I	A	I	I	M	M	I	M	M	O	I	I	M	I	I	M	A	
12	I	I	I	A	A	O	A	A	A	M	A	I	M	O	I	I	M	I	O	M	I	
13	I	O	I	A	I	O	A	I	M	M	M	I	M	O	O	I	M	M	O	M	M	
14	A	O	I	A	I	O	A	A	M	M	M	M	M	O	O	I	M	M	O	M	M	
15	I	O	I	A	I	O	A	A	M	M	M	I	M	O	O	I	M	M	O	M	M	
16	O	O	I	A	I	O	A	A	I	M	M	M	M	O	O	I	M	M	O	I	M	
17	O	I	I	I	I	A	A	A	R	M	M	M	M	I	O	I	I	M	I	M	M	
18	O	I	I	R	I	I	A	A	I	I	M	M	M	R	R	M	R	M	R	M	I	
19	O	O	I	I	I	I	I	A	M	I	R	M	M	I	I	I	I	I	I	M	M	
20	I	O	I	I	I	A	A	A	I	M	I	R	M	I	O	I	I	I	O	M	M	
21	I	O	I	M	I	O	A	I	R	M	M	I	M	M	O	M	M	O	M	M	O	
22	I	O	M	M	I	O	A	I	M	M	M	I	M	M	O	I	M	I	O	R	M	
23	A	I	I	M	I	O	A	A	I	M	M	I	M	O	O	I	M	M	O	M	M	
24	O	I	M	R	I	O	A	A	M	M	M	M	M	O	O	I	R	M	O	I	I	
25	O	I	M	I	I	O	A	A	I	M	M	M	R	O	M	I	I	R	I	M	I	
26	O	A	I	M	I	I	I	A	M	M	M	M	M	O	I	I	M	M	O	I	A	
27	O	I	I	I	A	I	A	A	I	I	M	I	I	O	M	I	I	I	O	M	I	
28	O	I	M	M	I	O	I	A	M	M	M	R	M	O	I	M	M	M	O	I	M	
29	O	A	M	I	I	O	I	A	I	M	R	I	I	I	O	I	I	I	O	M	A	
30	O	I	I	A	A	O	A	I	A	M	A	I	M	M	O	M	M	M	O	I	I	
31	O	O	I	A	I	O	I	I	M	M	M	M	I	M	O	I	M	I	I	M	M	
32	A	O	I	A	I	O	A	A	M	M	M	M	M	M	O	M	M	A	M	I	I	

Responden	Atribut																						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
33	I	O	I	A	I	I	A	I	M	M	M	M	O	O	M	M	M	O	M	I	I		
34	I	O	I	A	I	I	A	I	M	M	M	R	I	O	O	I	M	M	O	M	M	M	
35	A	I	I	M	I	A	A	A	M	I	M	I	I	O	O	I	M	M	O	M	I	O	
36	I	I	I	M	I	I	A	A	A	M	I	M	M	I	O	O	I	M	M	O	I	M	O
37	I	I	I	A	I	O	A	A	A	M	I	I	I	I	O	O	I	M	I	O	M	M	O
38	I	A	I	A	I	O	I	A	M	M	I	M	M	O	O	I	R	I	A	M	M	O	
39	I	I	I	A	A	O	A	A	M	M	A	I	M	R	I	I	R	A	I	M	M	O	
40	A	O	M	A	I	O	I	A	I	M	M	M	I	I	I	I	I	I	A	M	M	I	
41	I	O	I	A	I	O	I	A	M	M	M	M	M	O	M	I	I	M	O	M	I	I	
42	I	O	M	I	I	I	A	I	M	M	M	M	M	O	I	I	I	M	O	I	M	M	
43	A	O	M	I	I	A	A	A	M	M	M	M	M	O	M	M	I	M	O	M	I	O	
44	O	I	I	M	I	I	A	I	M	M	M	M	M	O	O	I	M	M	O	M	I	O	
45	O	I	I	M	I	I	A	A	M	I	M	M	M	O	O	I	M	M	O	M	M	O	
46	O	A	I	M	I	A	A	A	M	M	I	M	I	O	O	I	M	I	A	M	M	O	
47	O	I	I	A	A	O	A	A	A	M	A	M	I	M	O	I	M	A	O	M	M	O	
48	O	I	M	A	I	O	I	A	I	M	I	R	M	O	O	I	I	I	O	I	M	M	
49	O	A	M	A	I	O	A	A	I	M	I	R	I	O	M	I	I	I	O	I	M	O	
50	O	I	I	A	I	O	A	A	A	M	A	M	M	O	M	M	R	A	O	A	I	O	
51	O	O	M	A	M	O	A	M	M	M	I	M	I	O	O	I	I	M	O	M	M	O	
51	A	O	M	I	I	I	A	M	M	M	I	M	M	O	O	I	I	M	A	M	I	O	
52	I	O	M	I	M	M	A	M	M	I	M	M	I	O	O	I	I	M	O	M	I	O	
53	I	O	I	M	M	O	A	M	M	I	M	M	M	M	O	I	M	M	O	M	M	M	
54	A	I	I	M	I	O	I	M	M	I	M	M	M	M	O	I	M	M	O	M	M	I	
55	O	I	I	A	I	O	I	M	M	M	M	M	I	O	I	I	M	I	O	I	M	O	
56	O	I	I	A	M	O	A	M	I	M	M	M	I	O	I	I	I	I	O	I	M	O	
57	O	A	I	A	M	O	A	M	I	M	M	I	M	O	R	M	R	I	A	I	M	O	
58	O	O	I	A	I	I	A	R	A	M	A	I	M	O	O	I	I	A	I	A	M	O	
59	A	O	I	A	M	M	A	A	M	M	I	R	I	O	O	I	I	M	A	M	M	O	
60	I	O	I	A	I	I	A	I	M	M	M	R	I	O	O	I	M	M	O	M	M	M	

Responden	Atribut																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
61	I	O	I	I	I	M	A	A	M	M	I	M	O	O	I	M	M	O	M	M	I	
62	I	O	I	I	M	O	A	A	M	M	I	I	M	O	I	M	M	O	M	M	M	
63	A	I	I	I	M	O	I	A	I	I	M	M	M	O	I	M	M	O	M	M	O	
64	O	I	M	M	R	O	A	A	M	M	M	M	M	O	I	M	R	M	O	M	I	O
65	O	I	M	A	M	O	A	A	M	M	M	M	R	O	M	I	I	O	I	I	O	
66	O	A	I	A	I	O	A	M	M	M	M	M	M	O	I	I	M	I	A	M	A	O
67	O	I	I	A	M	M	A	I	M	M	A	M	M	O	I	I	A	I	M	I	O	
68	O	I	I	A	I	I	A	M	M	I	M	M	M	O	O	I	M	I	O	M	M	M
69	O	A	I	A	M	M	A	M	M	M	I	M	M	O	O	I	I	O	M	A	I	
70	O	I	I	I	A	O	A	I	A	M	A	M	M	M	O	M	M	A	O	M	I	I
71	O	O	I	M	I	O	A	A	M	M	M	M	M	M	O	I	M	M	O	M	M	M
72	A	O	I	A	I	O	A	A	M	M	M	M	M	M	O	O	M	M	M	O	M	I
73	I	O	I	A	I	O	A	A	M	M	M	M	M	M	O	I	M	M	M	I	M	I
74	I	O	I	A	I	O	A	A	M	M	M	M	M	M	O	I	I	M	M	I	M	O
75	A	I	I	A	I	A	A	A	M	M	M	M	M	M	M	O	I	M	M	O	M	M
76	I	I	I	A	I	O	A	A	M	M	M	M	M	M	M	O	I	M	I	O	M	O
77	O	I	I	I	I	O	I	I	M	I	M	M	M	M	O	I	M	I	O	M	I	O
78	O	A	M	M	I	O	I	A	M	M	I	M	M	M	R	O	M	R	I	O	M	A
79	O	I	I	I	A	O	A	A	M	M	A	M	M	M	R	O	M	R	A	O	M	I
80	O	I	M	M	I	O	A	A	M	M	I	M	I	I	O	I	I	I	I	M	M	M
81	A	O	I	A	I	A	A	A	M	M	M	I	A	O	A	I	M	M	A	I	M	O
82	A	O	M	A	I	O	A	A	M	M	M	M	A	O	O	I	M	M	A	I	M	O
83	I	O	M	A	I	O	A	A	M	M	M	M	M	O	O	I	M	M	I	M	M	O
84	O	O	I	A	I	O	A	I	I	M	M	M	M	M	O	O	I	M	M	O	M	M
85	O	A	I	A	I	O	I	I	M	I	M	M	M	M	O	O	I	M	M	O	M	O
86	O	I	I	M	A	O	A	A	M	I	M	M	M	A	O	A	M	A	O	M	I	O
87	O	O	I	I	I	I	A	A	M	M	I	M	M	I	I	I	M	I	O	M	M	O
88	I	O	O	A	I	O	A	A	M	M	M	M	M	I	O	I	I	M	O	I	M	O
89	A	O	A	A	I	O	A	A	M	M	M	I	M	O	O	I	I	M	I	M	M	O

Responden	Atribut																						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
90	I	O	I	A	I	O	A	A	M	M	M	M	M	O	O	I	M	M	O	M	M	O	
91	M	M	I	A	I	O	A	A	I	M	M	M	M	O	O	I	M	M	O	M	M	O	
92	O	A	I	A	I	O	I	I	M	M	M	M	M	O	O	I	M	M	O	M	A	O	
93	O	O	I	I	A	I	A	A	M	M	M	M	M	O	I	I	M	I	O	M	M	O	
94	O	O	I	A	I	I	I	A	M	I	I	M	M	O	O	I	M	M	O	I	M	O	
95	O	O	I	A	I	O	A	A	M	M	M	M	M	I	O	M	M	M	O	I	M	O	
96	O	O	I	A	M	O	A	A	M	M	M	M	O	M	A	O	M	M	O	M	M	O	
97	O	M	I	A	A	O	A	A	M	M	M	M	M	I	O	O	I	I	M	O	M	M	O
98	O	I	I	A	I	O	A	M	M	M	M	M	I	I	O	O	I	M	M	O	M	O	O
99	O	A	M	I	I	O	A	O	O	M	M	M	M	M	O	A	I	M	A	O	M	M	O
100	I	M	I	A	I	A	A	A	M	M	M	M	I	M	O	I	M	O	O	M	M	O	

Sebagai contoh responden 1 memilih atribut 1 *functional* dengan nilai 1 dan memilih *disfunctional* dengan nilai 5 maka atribut tersebut termasuk kategori *One Dimensional* pada atribut 2 responden juga memilih *functional* dengan nilai 2 dan *disfunctional* 4 berarti atribut 2 juga termasuk kategori *Indifferent*. Selanjutnya pada atribut 3 responden memilih nilai *functional* 1 dan nilai *disfunctional* 5 maka atribut 3 termasuk kategori *One Dimensional*. Begitu juga cara menentukan kategori atribut- atribut lainnya.

4.5.2 Tabulasi Berdasarkan Kebutuhan Pelanggan dalam Kategori Kano

Setelah menentukan klasifikasi pada *functional* dan *disfunctional*, selanjutnya dilakukan pengelompokan dan perhitungan dari hasil klasifikasi yang sudah didapatkan sehingga untuk langkah ini hanya menentukan jumlah kategori kano tiap- tiap atribut terhadap hasil semua responden. Berikut Tabel 4.14 Tabulasi Kebutuhan Pelanggan dalam Kategori Kano dibawah ini:

Tabel 4.8 Tabulasi Kebutuhan Konsumen Dalam Kategori Kano

Atribut	Kategori KANO						Total
	Q	R	I	A	O	M	
1	0	0	32	17	49	2	100
2	0	0	35	14	47	4	100
3	0	2	71	3	4	20	100
4	0	3	27	51	0	19	100
5	0	1	76	11	0	12	100
6	0	0	6	13	76	5	100
7	0	0	9	73	18	0	100
8	0	1	6	64	17	12	100
9	0	2	9	8	18	63	100
10	0	0	10	0	14	76	100
11	0	2	8	10	17	63	100
12	0	6	6	0	20	68	100
13	0	2	9	2	21	66	100

Atribut	Kategori KANO						Total
	Q	R	I	A	O	M	
14	0	5	9	2	68	16	100
15	0	2	10	2	78	8	100
16	0	0	82	1	0	17	100
17	0	9	9	0	0	82	100
18	0	1	9	9	1	80	100
19	0	2	8	10	66	14	100
20	0	1	9	2	0	88	100
21	0	0	9	8	1	82	100
22	0	0	9	0	65	26	100

Nilai tabulasi Kano didapat dari jumlah banyaknya kategori Q, R, I, A, O, dan M didalam setiap atribut yang dapat kita lihat pada Tabel 4.13 Klasifikasi Atribut Berdasarkan Metode Kano.

4.5.6 Menentukan Kategori Kano untuk Tiap Atribut Layanan

Setelah dilakukan penentuan dalam kebutuhan pelanggan sesuai dengan kategori Kano, selanjutnya menentukan kategori Kano tiap masing-masing atribut layanan dengan menggunakan *Blauth's Formula* sebagai berikut:

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

Keterangan :

a) *One – dimensional (o)*

Menggambarkan kepuasan Konsumen akan meningkat jika atribut semakin berfungsi dengan baik, dan sebaliknya kepuasan Konsumen akan menurun jika sebuah atribut tidak berfungsi dengan semestinya.

b) *Attractive (A)*

Suatu atribut yang termasuk dalam kategori perlu dipertahankan karena tingkat kepuasan Konsumen akan menjadi sangat tinggi dengan meningkatnya kinerja atribut akan tetapi menurunnya kinerja aktual tidak menyebabkan turunnya tingkat kepuasan.

c) *Must – be (M)*

Menggambarkan semakin suatu atribut tidak berfungsi dengan semestinya, maka kepuasan konsumen akan semakin menurun, tetapi kepuasan Konsumen tidak akan meningkat walaupun produk tersebut berfungsi dengan sangat baik.

d) *Indifferent (I)*

Suatu atribut yang berada pada kategori kurang diperhatikan oleh Konsumen sehingga ada atau tidaknya atribut tersebut tidak akan berpengaruh terhadap penurunan atau kenaikan pada tingkat kepuasan Konsumen.

e) *Reverse (R)*

Suatu atribut yang tidak berfungsi semestinya tidak mempengaruhi tingkat kepuasan Konsumen.

f) *Questionable (Q)*

Suatu atribut yang diberikan atau tidak diberikan kadangkala Konsumen merasa puas atau tidak puas.

Dibawah ini pada Tabel 4.15 merupakan hasil penjumlahan dari pengkategorian atribut dalam metode Kano yang menggunakan *Blauth's Formula*:

Tabel 4.9 Penjumlahan Tiap Atribut Layanan Dalam Kategori Kano

Atribut	Kategori KANO		Total
	Q+R+I	A+O+M	
1	32	68	100
2	35	65	100
3	73	27	100
4	30	70	100
5	77	23	100
6	6	94	100
7	9	91	100
8	7	93	100
9	11	89	100
10	10	90	100
11	10	90	100
12	12	88	100
13	11	89	100
14	14	86	100
15	12	88	100
16	82	18	100
17	18	82	100
18	10	90	100
19	10	90	100
20	10	90	100
21	9	91	100
22	9	91	100

Penjumlahan tiap atribut dimulai dengan mengelompokkan 6 kategori menjadi 2 kelompok yaitu, kelompok 1 (Q, R, dan I) dan kelompok 2 (A, O, dan M) yang masing-masing nilai kategori dapat di lihat pada Tabel 4.14 lalu dihitung

menggunakan *Blauth's Formula* yang mana tujuannya untuk melihat hasil jumlah terbesar antara 2 kelompok.

Setelah dilakukan penjumlahan dengan berdasarkan aturan penggunaan dalam *Blauth's Formula* seperti pada Tabel diatas maka hasil yang diperoleh bahwa pada kategori *Attractive*, *One-dimensional* dan *Must-be* memiliki lebih banyak jumlah nilai yang besar dengan total 19, dibandingkan jumlah kategori *Questionable*, *Reverse* dan *Indifferent* yang hanya memiliki 3 atribut dengan nilai lebih besar.

Untuk selanjutnya dalam hasil akhir pada model Kano yaitu menentukan tiap-tiap atribut ke dalam kategori Kano sehingga hasil yang didapat dari nilai maksimum dari kesesuaian kategori Kano. Berikut pada Tabel 4.16 Tabulasi Tiap Atribut Layanan Kategori Kano.

Tabel 4.10 Tabulasi Tiap Atribut Layanan Kategori Kano

Atribut	Kategori KANO						Total
	Q	R	I	A	O	M	
1	0	0	32	17	49	2	100
2	0	0	35	14	47	4	100
3	0	2	71	3	4	20	100
4	0	3	27	51	0	19	100
5	0	1	76	11	0	12	100
6	0	0	6	13	76	5	100
7	0	0	9	73	18	0	100
8	0	1	6	64	17	12	100
9	0	2	9	8	18	63	100
10	0	0	10	0	14	76	100
11	0	2	8	10	17	63	100
12	0	6	6	0	20	68	100
13	0	2	9	2	21	66	100
14	0	5	9	2	68	16	100
15	0	2	10	2	78	8	100
16	0	0	82	1	0	17	100
17	0	9	9	0	0	82	100
18	0	1	9	9	1	80	100

Atribut	Kategori KANO						Total
	Q	R	I	A	O	M	
19	0	2	8	10	66	14	100
20	0	1	9	2	0	88	100
21	0	0	9	8	1	82	100
22	0	0	9	0	65	26	100

Hasil pada Tabel 4.16 diatas pada atribut 20 grade diambil dari *must-be* karena

Jika $(one-dimensional + attractive + must-be) > (indifferent + reverse + questionable)$, maka *grade* diperoleh dari ujung yang paling maksimum dari (*one-dimensional, attractive, must-be*). Sedangkan untuk atribut lain yang $(one-dimensional + attractive + must-be) < (indifferent + reverse + questionable)$, maka *grade* diperoleh dari ujung yang paling maksimum dari (*indifferent, reverse, questionable*). Setelah diperoleh hasil akhir dalam tabulasi diatas selanjutnya menentukan atribut layanan berdasarkan metode Kano. Berikut Tabel 4.17 Tingkatan Atribut Layanan Kategori Kano.

Tabel 4.11 Tingkatan Atribut Layanan Kategori Kano

No	Atribut	Kategori
1	Tampilan Aplikasi mudah di pahami	<i>One-dimensional</i>
2	Tampilan Aplikasi lengkap dan informatif	<i>One-dimensional</i>
3	Ruang Tunggu tertata rapi dan bersih	<i>indifferent</i>
4	Fasilitas dealer memadai (korsi, meja,)	<i>Attractive</i>
5	Ruang Tunggu Tersedia di dalam Maupun diluar	<i>indifferent</i>
6	Surat selesai dalam waktu 3 hari	<i>One-dimensional</i>
7	Kedisiplinan waktu kerja petugas dealer	<i>Attractive</i>
8	Kemudahan prosedur pembelian motor	<i>Attractive</i>
9	Keakuratan informasi servis motor	<i>Must-be</i>
10	Melayani Dengan cepatan dealer	<i>Must-be</i>
11	Cepat merespon keluhan dan masukan konsumen	<i>Must-be</i>
12	Ketanggapan dealer dalam merespon permintaan dan kebutuhan konsumen	<i>Must-be</i>

No	Atribut	Kategori
13	Dealer mampu menjawab pertanyaan dari konsumen	<i>Must-be</i>
14	Konsumen percaya terhadap pelayanan dealer	<i>One-dimensional</i>
15	Sopan dan ramah petugas dealer	<i>One-dimensional</i>
16	Ketanggapan dealer dalam merespon permintaan dan kebutuhan konsumen	<i>indifferent</i>
17	Konsumen aman (data pribadi di privat)	<i>Must-be</i>
18	Jajaran karyawan dealer orang-orang ahli di bidang otomotif	<i>Must-be</i>
19	Gratis servis untuk konsumen baru selama setahun pertama	<i>One-dimensional</i>
20	Dealer memberikan perhatian penuh kepada konsumen	<i>Must-be</i>
21	Dealer mampu memahami dan membaca kebutuhan konsumen	<i>Must-be</i>
22	Dealer mengingatkan waktu servis untuk konsumen	<i>One-dimensional</i>

Langkah terakhir dalam penentuan kategori kano di atas dapat dilihat dari hasil jumlah terbesar tabulasi pada Tabel 4.16 yang mana hasilnya pada atribut 1 dimana *One-dimensional* dengan jumlah terbesar antara kategori lainnya yaitu 49, lalu dimasukkan kedalam Tabel 4.17 di atas, sehingga didapatkan hasil akhir berupa kategori untuk setiap atribut.

BAB V

ANALISIS DAN EVALUASI

5.1 Analisis

5.1.1 Analisis Jumlah Sampel

Dalam menentukan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan metode slovin dengan tingkat keyakinan 90% dan batas toleransi kesalahan 10% dengan jumlah Konsumen sebanyak 1560 orang. Sehingga diperoleh hasil data 0,99 kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Dari hasil data kuesioner dilakukan beberapa tahap dalam mengolah hasil penilaian responden yang sudah direkapitulasi terlebih dahulu.

5.1.2 Analisis Uji Validitas dan Reabilitas Data

Analisis validitas memiliki tujuan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsinya untuk mengukur dengan menggunakan rumus koefisien korelasi *product moment*, untuk setiap pertanyaan yang digunakan sebagai pengukur suatu variabel, skor masing-masing item dikorelasikan dengan total skor item dalam satu variabel. Apabila skor item tersebut berkorelasi positif dengan total skor item dan lebih tinggi daripada interkorelasi antar item, maka menunjukkan kevalidan dari instrumen tersebut. Berdasarkan hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa hasil rekapitulasi pengujian validitas untuk harapan konsumen, fungsional dan disfungsional dapat diketahui bahwa tiap butir pertanyaan yang masing-masing nilainya lebih besar dari pada nilai r Tabel sehingga dapat disimpulkan data sudah *valid* (sah).

Sedangkan uji reabilitas menggunakan koefisien *Alph ha cronbach* (α) dimana satu acuan dalam menentukan nilai kehandalan suatu kuisioner, jika koefisien *alpha cronbach* bernilai 0,6 atau $>0,6$ maka instrumen ini dapat diterima (*reliable*). Berdasarkan hasil uji reabilitas pada Tabel 4.8 sampai Tabel 4.9 menunjukkan nilai koefisien *alpha cronbach* $>0,6$ sehingga data dinyatakan reliabel dalam arti dapat dipercaya kebenarannya.

5.1.3 Analisis Metode Kano

Pada kategori kano, didapatkan hasil untuk setiap atribut dengan kategori *indifferent*, dilihat dari hasil (*one-dimensional* + *attractive* + *must-be*) $>$ (*indifferent* + *reverse* + *questionable*), maka *grade* diperoleh dari ujung yang paling maksimum dari (*one-dimensional*, *attractive*, *must-be*).

a) *One – dimensional*

Menggambarkan kepuasan Konsumen akan meningkat jika atribut semakin berfungsi dengan baik, dan sebaliknya kepuasan Konsumen akan menurun jika sebuah atribut tidak berfungsi dengan semestinya.

Tabel 5.1 Kategori *One-dimensional*

No	Atribut	Kategori
1	Tampilan Aplikasi mudah di pahami	<i>One-dimensional</i>
2	Tampilan Aplikasi lengkap dan informatif	<i>One-dimensional</i>
6	Surat selesai dalam waktu 3 hari	<i>One-dimensional</i>
14	Konsumen percaya terhadap pelayanan dealer	<i>One-dimensional</i>
15	Sopan dan ramah petugas dealer	<i>One-dimensional</i>

No	Atribut	Kategori
19	Gratis servis untuk konsumen baru selama setahun pertama	<i>One-dimensional</i>
22	Dealer mengingatkan waktu servis untuk konsumen	<i>One-dimensional</i>

b) *Attractive*

Suatu atribut yang termasuk dalam kategori perlu dipertahankan karena tingkat kepuasan Konsumen akan menjadi sangat tinggi dengan meningkatnya kinerja atribut akan tetapi menurunnya kinerja aktual tidak menyebabkan turunnya tingkat kepuasan.

Tabel 5.2 Kategori *Attractive*

No	Atribut	Kategori
4	Fasilitas dealer memadai (korsi, meja,)	<i>Attractive</i>
7	Kedisiplinan waktu kerja petugas dealer	<i>Attractive</i>
8	Kemudahan prosedur pembelian motor	<i>Attractive</i>

c) *Must – be*

Menggambarkan semakin suatu atribut tidak berfungsi dengan semestinya, maka kepuasan konsumen akan semakin menurun, tetapi kepuasan Konsumen tidak akan meningkat walaupun produk tersebut berfungsi dengan sangat baik.

Tabel 5.3 Kategori *Must-be*

No	Atribut	Kategori
9	Keakuratan informasi servis motor	<i>Must-be</i>
10	Melayani Dengan cepatan dealer	<i>Must-be</i>
11	Cepat merespon keluhan dan masukan konsumen	<i>Must-be</i>
12	Ketanggapan dealer dalam merespon permintaan dan kebutuhan konsumen	<i>Must-be</i>
13	Dealer mampu menjawab pertanyaan dari konsumen	<i>Must-be</i>
17	Konsumen aman (data pribadi di privat)	<i>Must-be</i>
18	Jajaran karyawan dealer orang-orang ahli di bidang otomotif	<i>Must-be</i>
20	Dealer memberikan perhatian penuh kepada konsumen	<i>Must-be</i>
21	Dealer mampu memahami dan membaca kebutuhan konsumen	<i>Must-be</i>

d) *Indifferent*

Suatu atribut yang berada pada kategori kurang diperhatikan oleh Konsumen sehingga ada atau tidaknya atribut tersebut tidak akan berpengaruh terhadap penurunan atau kenaikan pada tingkat kepuasan Konsumen.

Tabel 5.4 Kategori *indifferent*

No	Atribut	Kategori
3	Ruang Tunggu tertata rapi dan bersih	<i>indifferent</i>
5	Ruang Tunggu Tersedia di dalam Maupun diluar	<i>indifferent</i>
16	Ketanggapan dealer dalam merespon permintaan dan kebutuhan konsumen	<i>indifferent</i>

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis yang telah dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil menggunakan Model Kano Atribut-Atribut yang Mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen berjumlah 22, yang mana hasil dari atribut tersebut mendapatkan Hasil pada kategori 1-6 *grade* diambil dari *must-be* karena Jika (*one-dimensional + attractive + must-be*) > (*indifferent + reverse + questionable*), maka *grade* diperoleh dari ujung yang paling maksimum dari (*one-dimensional, attractive, must-be*). Sedangkan untuk atribut yang lain juga (*one-dimensional + attractive + must-be*) < (*indifferent + reverse + questionable*), maka *grade* diperoleh dari ujung yang paling maksimum dari (*indifferent, reverse, questionable*).

Dengan ini untuk pengukuran menggunakan Model Kano mendapatkan hasil penentuan kategori untuk setiap atribut yang perlu diperhatikan, yaitu:

- a) *One – dimensional* (Ditingkatkan)

Atribut yang masuk kedalam kategori *One – dimensional* adalah atribut 1,2,6,14,15,19, dan 22, dengan Menggambarkan kepuasan Konsumen akan meningkat jika atribut semakin berfungsi dengan baik, dan sebaliknya kepuasan Konsumen akan menurun jika sebuah atribut tidak berfungsi

dengan semestinya, maka pihak Dealer Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat harus benar-benar memperhatikan untuk setiap atribut tersebut.

b) *Attractive* (Dipertahankan)

Atribut yang masuk kedalam kategori *Attractive* adalah atribut 4,7, dan 8, perlu dipertahankan karena tingkat kepuasan Konsumen akan menjadi sangat tinggi dengan meningkatnya kinerja atribut akan tetapi menurunnya kinerja aktual tidak menyebabkan turunnya tingkat kepuasan.

c) *Must-be* (Diperbaiki)

Atribut yang masuk kedalam kategori *Must-be* adalah atribut 9,10,11,12,13,17,18,20, dan 21, Menggambarkan semakin suatu atribut tidak berfungsi dengan semestinya, maka kepuasan Konsumen akan semakin menurun, tetapi kepuasan Konsumen tidak akan meningkat walaupun produk tersebut berfungsi dengan sangat baik.

d) *Indifferent* (Ditingkatkan)

Atribut yang masuk kedalam kategori *Indifferent* adalah 3,5, dan 16, Suatu atribut yang berada pada kategori kurang diperhatikan oleh Konsumen sehingga ada atau tidaknya atribut tersebut tidak akan berpengaruh terhadap penurunan atau kenaikan pada tingkat kepuasan Konsumen

6.2 Saran

Setelah diperoleh hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran untuk Dealer Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat:

1. Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan dapat digunakan sebagai referensi untuk Dealer Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat agar dapat mengetahui atribut pelayanan apa saja yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan yang sesuai dengan keinginan Konsumen.
2. Sebaiknya pihak Dealer Alfa Scorpii Meulaboh Aceh Barat segera melakukan perbaikan yang masih terdapat kekurangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto dan Suharsimi. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar dan Saifuddin. 2000. *Reabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Cooper, Donald R, dan Pamela S. Schindler, 2006. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Media Global Edukasi
- Huda, M. 2017. *Model-Model Pengajaran Dan Pembelajaran*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Hope dan Muhlemann, 2010. *Service Operation Management Strategy, Designand Delivery*. New York: Prentice Hall.
- Lupiyoadi dan Rambat. 2001. Edisi Pertama. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat
- Musanto, T. 2004. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* No.2, Vol. 6, Hal 123-136. September 2004
- Mustakim , A., Anggraeni, S. K. & Sirajuddin, 2016. Analisis Kualitas dengan Metode Kano Berdasarkan Dimensi Servqual pada PT. AKR. *Jurnal Teknik Industri*,
- Nguyen, P., 2018. *Evaluating The Quality of Sea-freight Services in a Forwarding Firm Case study: Blue Water Shipping, Finland, Findland: Degree Thesis Arcada* No. 4, Vol. 4,. Hal 6
- Nofirza, dan Indrayani, K. 2011. Aplikasi Metode Kano dalam Analisis Indikator Kualitas Pelayanan di Rumah Sakit Arifin Ahmad Pekanbaru. *Jurnal Sains* No.1, Vol. 9, Hal 1-8
- Purwanto, 2018. Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reabilitas Penelitian Ekonomi Syariah. *jurnal Staia Press* No. 2, Vol. 6, Hal 23-36
- Purwati, A. A. & Sitompul, S. S., 2017. Aplikasi Model Kano dalam Pengkuran Kualitas Perguruan Tinggi Swasta Kota Pekanbaru Berdasarkan Perspektif Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Canos Ekonomos*. No.2, Vol. 6, Hal 93-100
- Simamora, R. H. 2009. *Buku Ajar Pendidikan dalam Keperawatan*. Jakarta: EGC
- Swasta, B , Dharmesta dan Irawan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Libert.
- Solechan, A dan Setiawati, I. 2009. Pengaruh Karakteristik Sistem Akuntansi Manajemen Dan Desentralisasi Sebagai Variabel Moderating Terhadap Kinerja Manajerilal. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*. No.1, Vol. 4, Hal 64-67
- Umar, H .2005, *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*, Jakarta: Grafindo Persada.

Wyckof Lovelock C and Wright L. 1988. *Principle of Service Marketing and management*, Second Edition, Prentice Hall: Person Education International

LAMPIRAN

APLIKASI MODEL KANO DALAM MENGANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA SISTEM PELAYANAN DEALER MOTOR ALFA SCORPII MEULABOH ACEH BARAT

I. Identitas responden

Nama :

Jenis Kelamin : 1) Laki-Laki

2) Perempuan

Umur :

Pekerjaan :

II. Petunjuk Pengisian:

Anda diminta untuk mengisi 2 jenis kolom penilaian atas pertanyaan yang diberikan. Berikut 2 jenis kolom tersebut yaitu :

- **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.

S : Suka (Bobot 1)

H : Harapan (Bobot 2)

N : Netral (Bobot 3)

T : Toleransi (Bobot 4)

TS : Tidak Suka (Bobot 5)

III. Ketengang Skala

S : **Suka**, artinya fasilitas atau layanan tersebut sangat berguna bagi Anda

H : **Harapan**, artinya fasilitas atau layanan tersebut merupakan suatu keharusan bagi Anda

N : **Netral**, ada tidaknya fasilitas atau layanan tersebut tidak berpengaruh bagi Anda

T : **Toleransi**, artinya Anda tidak suka tetapi Anda dapat menerima kondisi tersebut

TS : **Tidak Suka**, artinya Anda tidak dapat menerima kondisi tersebut

Beri tanda (✓) pada kolom yang telah di sediakan dengan jawaban anda.

No	Pertanyaan kuisioner dengan metode kano fungsional	SKALA					Pertanyaan kuisioner dengan metode kano disfungisional	SKALA				
		S	H	N	T	TS		S	H	N	T	TS
Tangibles (Bukti Nyata)												
1	Tampilan Aplikasi selalu mudah di pahami						Tampilan Aplikasi Tidak mudah di pahami					
2	Tampilan Aplikasi selalu lengkap dan informatif						Tampilan Aplikasi Tidak lengkap dan informatif					
3	Ruang Tunggu selalu tertata rapi dan bersih						Ruang Tunggu Tidak tertata rapi dan bersih					
4	Fasilitas dealer selalu memadai (korsi, meja,)						Fasilitas dealer Tidak memadai ((korsi, meja))					
5	Ruang Tunggu selalu Tersedia di dalam Maupun diluar						Ruang Tunggu Tidak Tersedia di dalam Maupun diluar					
6	Atministrasi selalu selesai dalam waktu 3 hari						Atministrasi Tidak selesai dalam waktu 3 hari					
Reliability (Kehandalan)							Reliability (Kehandalan)					

No	Pertanyaan kuisioner dengan metode kano fungsional	SKALA					Pertanyaan kuisioner dengan metode kano disfungsional	SKALA				
		S	H	N	T	TS		S	H	N	T	TS
7	selalu Kedesiplinan waktu kerja petugas dealer						Tidak Kedesiplinan waktu kerja dealer					
8	selalu Kemudahan prosedur pembelian motor						Tidak Kemudahan prosedur pengurusan Pembelian Motor					
9	selalu Keakuratan informasi servis motor						Tidak Keakuratan informasi servis motor					
10	selalu Melayani Dengan cepatan dealer						Tidak Melayani Dengan cepatan dealer					
11	selalu cepat merespon keluhan dan masukan konsumen						Tidak cepat merespon keluhan dan masukan konsumen					
12	Ketanggapan dealer selalu dalam merespon permintaan dan kebutuhan konsumen						Tidak Ketanggapan dealer dalam merespon permintaan dan kebutuhan konsumen					
Responsiveness (Daya Tanggap)							Responsiveness (Daya Tanggap)					
13	dealer selalu mampu menjawab pertanyaan dari konsumen						dealer Tidak mampu menjawab pertanyaan dari konsumen					
14	konsumen selalu percaya terhadap pelayanan dealer						Konsumen Tidak percaya terhadap pelayanan dealer					
15	selalu Sopan dan ramah petugas dealer						Tidak Sopan dan ramah petugas dealer saat melayani konsumen					
16	Selalu Ketanggapan dealer dalam merespon permintaan dan kebutuhan konsumen						Tidak Ketanggapan dealer dalam merespon permintaan dan kebutuhan konsumen					
Assurance (Jaminan)							Assurance (Jaminan)					

No	Pertanyaan kuisioner dengan metode kano fungsional	SKALA					Pertanyaan kuisioner dengan metode kano disfungsional	SKALA				
		S	H	N	T	TS		S	H	N	T	TS
17	Konsumen selalu merasa aman (data pribadi di privat)						Konsumen Tidak merasa aman (data pribadi di privat)					
18	Jajaran karyawan dealer selalu orang-orang ahli di bidang otomotif						Jajaran karyawan Tidak orang-orang ahli di bidang otomotif					
19	Selalu Gratis servis untuk konsumen baru selama setahun pertama						servis Tidak Gratis untuk konsumen baru selama setahun pertama					
Emphsy (Empati)							Emphsy (Empati)					
20	dealer selalu memberikan perhatian penuh kepada konsumen						Dealer Tidak memberikan perhatian penuh kepada konsumen					
21	Dealer selalu mampu memahami dan membaca kebutuhan konsumen						Dealer Tidak mampu memahami dan membaca kebutuhan konsumen					
22	Dealer selalu mengingatkan waktu servis untuk konsumen						Dealer Tidak mengingatkan waktu servis untuk konsumen					

Lampiran 4. Rekapitulasi nilai *fungsional* responden

Responden	Atribut																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1 Jamilah	1	2	1	3	2	1	2	1	2	2	2	3	4	3	4	4	3	4	3	4	2	2
2 Rendi Setiawan	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	2	2
3 Susanti	2	1	2	3	2	1	2	2	2	3	2	2	4	3	4	4	3	4	3	4	1	2
4 Rina Asrina	3	2	3	4	1	2	1	2	1	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
5 Mutiara	3	3	1	4	2	3	2	2	2	3	2	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
6 Mahlil Pratam	1	2	1	4	2	1	2	1	2	2	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	2	2
7 Tia putri	2	2	2	4	2	2	2	2	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	2	2
8 Jumera	3	3	1	3	2	3	2	2	2	3	2	2	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4
9 Mukhtarudin	1	2	1	3	2	1	2	1	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	4	2	2	
10 Anil Rahman	2	2	2	5	2	2	2	2	3	2	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	2	2
11 Romi Armaidi	2	2	4	3	2	2	2	2	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
12 Dea Wulandari	2	1	4	3	2	1	2	2	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	1	2
13 Oka Alfindra	3	2	4	3	1	2	1	2	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14 Deai Rauzatinur	3	3	4	4	2	3	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15 Lusi Fitriani	1	2	4	4	2	1	2	1	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2
16 Marwati	2	2	3	4	2	2	2	2	3	2	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	2	2

Responden	Atribut																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
17 Acha Septriasa	2	2	3	3	2	2	2	2	5	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
18 Wawan Mauliza	2	1	4	5	2	1	2	2	3	3	5	3	4	5	5	4	5	4	5	5	1	2
19 Wahyu Firmansyah	3	3	3	3	2	3	2	2	4	3	5	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4
20 Sawitri Elfika	1	2	4	3	2	1	2	1	4	2	3	5	3	3	4	3	3	3	3	4	2	2
21 Budi Firdaus	2	2	3	4	2	2	2	2	5	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2
22 Patriciah	3	3	4	4	2	3	2	2	4	3	4	3	3	4	5	3	4	3	4	5	4	4
23 Sri Wahyuni	1	2	3	4	2	1	2	1	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2
24 Apbris Sahroni	2	2	4	5	2	2	2	2	4	2	4	4	4	5	3	4	5	4	5	3	2	2
25 Rengga Aditya	2	2	4	3	2	2	2	2	3	2	4	4	5	3	4	5	3	5	3	4	2	2
26 Salwa Musfira	2	1	3	4	2	1	2	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	1	2
27 Khalifatunnur	3	2	3	3	1	2	1	2	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
28 Arfikayani	3	3	4	4	2	3	2	2	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
29 Nofrizal	2	1	4	3	2	1	2	2	3	3	5	3	3	3	4	3	3	3	3	4	1	2
30 Ariadi	3	2	3	4	1	2	1	2	1	2	1	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3
31 Nadia	3	3	4	4	2	3	2	2	2	3	2	4	3	4	4	3	4	2	3	2	4	4
32 Halwa Hanania	1	2	3	4	2	1	2	1	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	1	2	2	2
33 Deni Setiawam	2	2	4	4	2	2	2	2	3	2	3	4	4	4	3	4	4	2	2	3	2	2
34 Chindy Agustina	3	3	4	4	2	3	2	2	2	3	2	5	3	4	3	3	4	2	3	2	4	4
35 Eli Aguatia	1	2	5	4	2	1	2	1	2	2	2	3	3	4	3	3	4	2	1	2	2	2

Responden	Atribut																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
36 Astuti	2	2	4	4	2	2	2	2	3	2	3	4	3	4	3	3	4	2	2	3	2	2
37 Zulkarnain	2	2	3	4	2	2	2	2	3	2	3	3	3	4	4	3	4	2	2	3	2	2
38 Fitra Yuni Sara	2	1	4	5	2	1	2	2	2	3	2	4	4	5	4	4	5	2	1	2	1	2
39 Rivi Aguatina	3	2	3	5	1	2	1	2	1	2	1	3	4	5	3	4	5	1	2	1	3	3
40 Harmina	1	2	4	3	2	1	2	1	2	2	2	4	3	3	3	3	3	2	1	2	2	2
41 Salmataria	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	4	4	3	4	4	3	2	2	3	2	2
42 Bambang Firdansyah	3	3	4	3	2	3	2	2	2	3	2	4	4	3	3	4	3	2	3	2	4	4
43 Nihados	1	2	4	3	2	1	2	1	2	2	2	4	4	3	4	4	3	2	1	2	2	2
44 Afrizal	2	2	3	4	2	2	2	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	2
45 Murni Hidayati	2	2	3	4	2	2	2	2	3	2	3	4	4	4	3	4	4	2	2	3	2	2
46 Nisri Asriani	2	1	3	4	2	1	2	2	2	3	2	4	3	4	3	3	4	2	1	2	1	2
47 Cut Riani	3	2	3	4	1	2	1	2	1	2	1	4	3	4	3	3	4	1	2	1	3	3
48 Nia Samorita	3	3	4	3	2	3	2	2	2	3	2	5	4	3	3	4	3	2	3	2	4	4
49 Mawarni Zega	2	1	4	3	2	1	2	2	2	3	2	5	3	3	4	3	3	2	1	2	1	2
50 Nurhayani	3	2	3	5	3	3	3	3	1	2	1	3	4	5	4	4	5	1	2	1	3	3
51 Johani	3	3	4	3	4	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4
52 Ariana	1	2	4	3	3	3	4	4	2	2	2	3	4	3	4	4	3	2	1	2	2	2
53 Lisa Aprilia	2	2	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2
54 Linda Armiyanda	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	4

Responden	Atribut																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
55 Asnidar	1	2	4	4	3	4	3	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	1	2	2	2
56 Salmawati	2	2	3	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3	4	2	2	3	2	2
57 Juni Saputra	2	2	3	4	4	5	5	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2
58 Kariadi	2	1	4	3	4	3	3	4	2	3	2	3	4	5	5	4	5	2	1	2	1	2
59 Safa Amalia	3	2	3	3	3	3	4	5	1	2	1	3	4	3	3	4	3	1	2	1	3	3
60 Mulyadi	1	2	4	5	4	4	4	5	2	2	2	5	3	3	4	3	3	2	1	2	2	2
61 Irfan Ramzani	2	2	3	3	3	4	5	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	2	2	3	2	2
62 Said Musrizal	3	3	4	3	4	4	4	5	2	3	2	2	3	4	5	3	4	2	3	2	4	4
63 Dedek Irwasyah	1	2	3	3	4	5	3	3	2	2	2	3	4	4	4	4	4	2	1	2	2	2
64 Sun Supriatno	2	2	4	4	5	3	4	4	3	2	3	3	4	5	3	4	5	2	2	3	2	2
65 Putri Savira	2	2	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	5	3	4	5	3	2	2	3	2	2
66 Santi Amalia	2	1	3	4	3	3	4	4	2	3	2	2	4	4	3	4	4	2	1	2	1	2
67 Beni Anggara	3	2	3	3	4	4	3	3	1	2	1	2	3	3	4	3	3	1	2	1	3	3
68 Amalia santi	3	3	4	5	3	3	4	4	2	3	2	2	4	4	3	4	4	2	3	2	4	4
69 Wahyuni Beruntu	2	1	4	3	4	4	3	4	2	3	2	2	3	3	4	3	3	2	1	2	1	2
70 Riza Monika	3	2	3	3	1	2	1	2	1	2	1	2	4	4	3	4	4	1	2	1	3	3
71 Lilis Karmila	3	3	4	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	4	4	3	4	2	3	2	4	4
72 Firdaus	1	2	3	4	2	1	2	1	2	2	2	3	4	4	4	4	4	2	1	2	2	2
73 Umi Kalsum	2	2	4	4	2	2	2	2	3	2	3	3	4	4	3	4	4	2	2	3	2	2

Responden	Atribut																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
74 Diva	3	3	4	5	2	3	2	2	2	3	2	2	3	4	3	3	4	2	3	2	4	4
75 Vira Anita	1	2	5	3	2	1	2	1	2	2	2	3	3	4	3	3	4	2	1	2	2	2
76 Revita	2	2	4	4	2	2	2	2	3	2	3	3	3	4	3	3	4	2	2	3	2	2
77 Fahmi Muliadi	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	4	4	3	4	2	2	3	2	2
78 Juwita	2	1	4	4	2	1	2	2	2	3	2	2	4	5	4	4	5	2	1	2	1	2
79 Denisa Saputri	3	2	3	3	1	2	1	2	1	2	1	2	4	5	3	4	5	1	2	1	3	3
80 Hanifah	3	3	4	4	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4
81 Habib	1	2	3	4	2	1	2	1	2	2	2	3	1	2	1	3	2	2	1	2	2	2
82 Eka Muliani	1	2	4	4	2	1	2	1	2	2	2	3	1	2	1	3	2	2	1	2	2	2
83 Yulianah	2	2	4	4	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
84 Lutfiatun Jannah	2	2	3	4	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
85 Aisyah Tunissa	2	1	3	4	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2
86 Rizky Aditya	3	2	3	4	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	3	3
87 Linawati	1	2	3	4	2	1	2	1	2	2	2	3	1	2	1	3	2	2	1	2	2	2
88 Fahri Hamzah	2	2	4	5	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
89 Marnia Amalia	2	1	4	5	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2
90 Rini	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	4	4
91 Hawari	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	3	1	2	1	3	2	2	1	2	2	2
92 Andika	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2

Responden	Atribut																						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
93	Vonita	2	1	2	3	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	
94	Falyadi	3	2	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	3	3
95	Ria Asrina	3	3	4	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	4	
96	Noni Aslita	2	2	4	4	2	2	2	2	3	2	3	4	3	4	3	3	4	2	2	3	2	2
97	Marhaban	2	2	3	4	2	2	2	2	3	2	3	3	3	4	3	4	2	2	3	2	2	
98	Adis Sahrul Ali	2	1	4	5	2	1	2	2	3	2	4	4	5	4	4	5	2	1	2	1	2	
99	Lisdawati	3	2	3	5	1	2	1	2	1	2	1	3	4	5	3	4	5	1	2	1	3	3
100	Mardiam	1	2	4	3	2	1	2	1	2	2	2	4	3	3	3	3	3	2	1	2	2	2

Lampiran 5. Rekapitulasi nilai *disfungsional* responden

Responden	Atribut																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
8 Jumera	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
9 Muktarudin	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10 Anil Rahman	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
11 Romi Armaidi	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
12 Dea Wulandari	5	5	4	5	4	4	3	3	3	3	5	4	5	4	3	4	5	4	5	3	3	4
13 Oka Alfindra	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
14 Deai Rauzatinur	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15 Lusi Fitriani	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
16 Marwati	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
17 Acha Septrias	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18 Wawan Mauliza	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
19 Wahyu Firmansyah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20 Sawitri Elfika	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
21 Budi Firdaus	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
22 Fatriciah	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
23 Sri Wahyuni	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24 Apris Sahroni	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
25 Rengga Aditya	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26 Salwa Musfira	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4

Responden	Atribut																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
27 Khalifatunnur	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
28 Arfikayani	5	5	4	5	4	4	3	3	3	3	5	4	5	4	3	4	5	4	5	3	3	4
29 Nofrizal	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
30 Ariadi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31 Nadia	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
32 Halwa Hanania	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
33 Deni Setiawam	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
34 Chindy Agustina	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
35 Eli Aguatia	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
36 Astuti	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
37 Zulkarnain	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
38 Fitra Yuni Sara	5	5	4	5	4	4	3	3	3	3	5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	3	4
39 Rivi Aguatina	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
40 Harmina	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
41 Salmitaria	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3
42 Bambang Firdansyah	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
43 Nihados	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
44 Afrizal	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
45 Murni Hidayati	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3

Responden	Atribut																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
46 Nisri Asriani	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4
47 Cut Riani	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
48 Nia Samorita	5	5	4	5	4	4	3	3	3	3	5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	3	4
49 Mawarni Zega	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
50 Nurhayani	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
51 Johani	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3
52 Ariana	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
53 Lisa Aprilia	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
54 Linda Armiyanda	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
55 Asnidar	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
56 Salmawati	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4
57 Juni Saputra	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
58 Kariadi	5	5	4	5	4	4	3	3	3	3	5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	3	4
59 Safa Amalia	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
60 Mulyadi	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
61 Irfan Ramzani	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4
62 Said Musrizal	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
63 Dedeck Irwasyah	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
64 Sun Supriatno	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3

Responden	Atribut																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
65 Putri Savira	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
66 Santi Amalia	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4
67 Beni Anggara	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
68 Amalia santi	5	5	4	5	4	4	3	3	3	3	5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	3	4
69 Wahyuni Berutu	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
70 Riza Monika	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
71 Lilis Karmila	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3
72 Firdaus	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4
73 Umi Kalsum	5	5	4	5	3	4	3	3	3	3	5	4	5	3	4	3	4	5	4	5	3	3
74 Diva	4	3	5	3	4	3	3	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4
75 Vira Anita	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
76 Revita	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3
77 Fahmi Muliadi	4	3	5	3	4	3	3	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4
78 Juwita	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
79 Denisa Saputri	4	3	5	3	4	3	3	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4
80 Hanifah	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
81 Habib	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4
82 Eka Muliani	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	5	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
83 Yulianah	5	5	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	3	4

Responden	Atribut																						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
84	Lutfiatun Jannah	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	5	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
85	Aisayah Tunnisa	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
86	Rizky Aditya	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4
87	Linawati	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	5	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
88	Fahri Hamzah	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
89	Marnia Amalia	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	5	5	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3
90	Rini	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
91	Hawari	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4
92	Andika	4	4	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
93	Vonita	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
94	Falyadi	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
95	Ria Asrina	2	5	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	3	4	5	3	3	3	3
96	Noni Aslita	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4
97	Marhaban	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
98	Adis Sahrul Ali	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
99	Lisdawati	4	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
100	Mardiam	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3

Lampiran 8. Hasil Uji Validitas *Functional*

Correlations

V08	Pearson Correlation	.314 **	.075	.204	.041	.750	.766	.763 **	.105	.192	.125	.066	.216	.136	.256	.122	.136	.256	.087	.218	.135	.194	.448**			
	Sig. (2-tailed)	.001	.461	.042	.688	.000	.000	.000	.298	.056	.214	.515	.031	.177	.010	.225	.177	.010	.390	.029	.181	.053	.000			
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100			
V09	Pearson Correlation	-	.032	.131	.012	.033	.026	.046	-	.105	1	.057	.903	.334	.080	.031	.122	.068	.031	.540	.394	.701	-	.226	.408**	
	Sig. (2-tailed)	.112	.751	.193	.903	.746	.800	.652	.298	.575	.000	.001	.426	.757	.225	.504	.757	.000	.000	.000	.108	.024	.000			
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100		
V10	Pearson Correlation	.428 **	.069	.173	.072	.140	.128	.138	.192	-	1	.009	-	.051	.072	.169	.057	.072	.136	.142	-	.204	.523	.311**		
	Sig. (2-tailed)	.000	.494	.086	.477	.164	.203	.171	.056	.575	.925	.246	.617	.479	.094	.573	.479	.178	.158	.710	.041	.000	.002			
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100		
V11	Pearson Correlation	-	-	.140	.012	-	-	.003	-	.903	.009	1	.277 **	.131	.065	.196	.120	.065	.627	.478	.775	-	-	.199	.223	.437**
		.144	.044	.140	.012	.009	.088	.003	.125	.009	.277 **	.131	.065	.196	.120	.065	.627	.478	.775	-	-	.199	.223	.437**		

V15	Pearson Correlation	.041	-	.179	.044	.267	.221	.208	.256	.122	.169	.196	.162	.672	.576*	1	.502	.576*	.246	.243	.331	-	.043	.616**	
	Sig. (2-tailed)	.687	.714	.075	.667	.007	.027	.038	.010	.225	.094	.050	.108	.000	.000		.000	.000	.014	.015	.001	.863	.670	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
V16	Pearson Correlation	.004	.064	.022	.131	.169	.150	.167	.122	.068	.057	.120	.203	.864	.614*	.502	1	.614*	.352	.220	.184	.051	.055	.580**	
	Sig. (2-tailed)	.970	.524	.827	.194	.093	.137	.098	.225	.504	.573	.233	.043	.000	.000	.000		.000	.000	.028	.067	.616	.588	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
V17	Pearson Correlation	.118	-	.147	.466	**	.087	.097	.074	.136	.031	.072	.065	.173	.648	1.00	.576	.614	1	.089	.235	.070	.018	.048	.583**
	Sig. (2-tailed)	.243	.923	.146	.000	.387	.335	.467	.177	.757	.479	.520	.085	.000	.000	.000		.379	.019	.490	.855	.638	.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
V18	Pearson Correlation	-	.015	.207	-	-	-	-	-	.256	.540	.136	.627	.096	.310	.089	.246	.352	.089	1	.688	.792	-	-	.407**
	Sig. (2-tailed)	.317	.885	.038	.884	.107	.054	.112	.010	.000	.178	.000	.343	.002	.379	.014	.000	.379		.000	.000	.551	.707	.000	

Lampiran 9. Hasil Uji Validitas *Disfunctional*

Correlations

V14	Pearson Correlation	.115	.347	**	.029	.749	**	.976	**	.409	.091	.162	.066	.328	**	.151	.241	.415	**	1	.829	**	.375	**	.026	.356	**	.769	**	.774	**	.354	**	.912	**	.566**
	Sig. (2-tailed)	.257	.000	.776	.000	.000	.000	.369	.107	.513	.001	.134	.016	.000						.000	.000	.798	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.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	100	100	100	100	100	100	100	100					
V15	Pearson Correlation	.039	.366	-	.074	.836	**	.807	**	.421	.072	.100	.089	.489	**	.214	-	.386	.504	.829	**	1	.499	**	.035	.376	**	.836	**	.899	**	.520	**	.752	**	.483**
	Sig. (2-tailed)	.703	.000	.464	.000	.000	.000	.479	.322	.378	.000	.033	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.730	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.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	100	100	100	100	100	100	100	100	100				
V16	Pearson Correlation	.462	-	.854	-	-	-	.600	.653	-	.941	.918	.046	.251	.375	.499	-	-	-	1	-	.560	-	.504	.482	.959	-	.385	**	.232*						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000	.258	.000	.649	.000	.012	.000	.000	.016	.016	.016	.016	.016	.016	.016	.016	.016	.016	.016	.016	.016	.016	.016	.020				
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100					
V17	Pearson Correlation	.226	.532	*	.000	.127	.043	.276	-	-	.112	.000	.260	.091	.247	*	.026	-	-	1	.521	**	.031	.109	.016	.138	.308**									

Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas KANO *Functional* dan *Disfunctional*

Functional

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	22

Disfunctional

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.848	22

Lampiran 12. Tabel r

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

DOKUMENTASI



Gambar 1 Pengisian Kuesioner oleh petugas dealer



Gambar 2 penyebaran Kuesioner



gambar 3 penyebaran Kuesioner



Gmabar 4 penyebaran Kuesioner



Gambar 5 penyebaran Kuesioner



Gambar 6 penyebaran Kuesioner