



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN  
PT. SIMTOREX MANDIRI EXPRESS**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
dalam Bidang Ekonomi Syariah  
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh:

**IRMAYANI  
NIM. 14 402 00152**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN**

**2018**



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN  
PT. SIMTOREX MANDIRI EXPRESS**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
dalam Bidang Ekonomi Syariah  
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh:

**IRMAYANI  
NIM. 14 402 00152**

**Pembimbing I**

**Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.  
NIP. 19780818 200901 1 015**

**Pembimbing II**

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M  
NIP. 19841130 201801 2 001**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN  
2018**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **IRMAYANI**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 05 Oktober 2018  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam  
IAIN Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **IRMAYANI** yang berjudul "**Analisis Kualitas Pelayanan PT. Simtorex Mandiri Express**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang manajemen Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

**Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.**  
NIP. 19780818 200901 1 015

**PEMBIMBING II**

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M**  
NIP. 19841130 201801 2 001

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **IRMAYANI**  
NIM : 14402 00152  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah (Manajemen Bisnis-3)  
JudulSkripsi : **"Analisis Kualitas Pelayanan PT. Simtorex Mandiri Express"**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 03 Oktober 2018  
Saya yang Menyatakan,



**IRMAYANI**  
**14 402 00152**

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertandatangan di bawahini:

Nama : IRMAYANI  
Nim : 14 402 00152  
Jurusan : Ekonomi Syariah (ManajemenBisnis-3)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Analisis Kualitas Pelayanan PT. Simtorex Mandiri Express**". Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan  
Pada tanggal, 30 Oktober 2018  
Yang Menyatakan



**IRMAYANI**  
**14 402 00152**





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. H. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : IRMAYANI  
NIM : 14 402 00152  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah MB-3  
Judul Skripsi : ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PT. SIMTOREX  
MANDIRI EXPRESS

**Ketua**

**Sekretaris**

Dr. Darwis Harahap, M.Si  
NIP. 19780818 200901 1 015

Nofinawati, MA  
NIP. 19821116 201101 2 003

**Anggota**

Dr. Darwis Harahap, M.Si  
NIP. 19780818 200901 1 015

Nofinawati, MA  
NIP. 19821116 201101 2 003

H. Aswadi Lubis, S.E., M. Si  
NIP. 19630107 199903 1 002

Dr. Budi Gautama Siregar, M.M  
NIP. 19790720 201101 1 005

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

Di : Padangsidimpuan  
Hari/Tanggal : Jumat /09 November 2018  
Pukul : 14.00 WIB s/d 16.00 WIB  
Hasil/Nilai : LULUS / 70 (B)  
IPK : 3,42  
Predikat : Amat Baik



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang 22733  
Telepon 0634-22080 Faximile 0634-24022

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PT. SIMTOREX  
MANDIRI EXPRESS**

**NAMA : IRMAYANI  
NIM : 14 402 00152**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 22 November 2018  
Dekan,



*[Signature]*  
**Dr. Darwis Harahap, S.H., M.Si**  
NIP. 19780818 200901 1 015

## ABSTRAK

**Nama** : IRMAYANI  
**NIM** : 14 402 00152  
**Judul Skripsi** : Analisis Kualitas Pelayanan PT. Simtorex Mandiri Express

Jasa jika tidak didukung dengan pelayanan yang tepat, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Dalam mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan PT. Simtorex Mandiri Express memang diperlukan adanya instrumen pengukuran yang tepat. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apa faktor kualitas layanan yang dianggap penting oleh pelanggan dengan menggunakan lima dimensi kualitas layanan? bagaimana gambaran kualitas pelayanan yang diberikan PT. Simtorex Mandiri Express yang dianggap penting oleh pelanggan? bagaimana kualitas pelayanan jasa di PT. Simtorex Mandiri Express? Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor kualitas layanan apa yang dianggap penting oleh pelanggan dengan menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan, untuk memetakan prioritas perbaikan berdasarkan identifikasi faktor kualitas layanan yang dianggap paling penting oleh pelanggan yang diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, untuk menganalisis kualitas pelayanan jasa pada PT. Simtorex Mandiri Express. Penelitian ini diharapkan berguna bagi peneliti, dunia akademik, dan lembaga tempat penelitian.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu manajemen bisnis, yakni manajemen pemasaran mengenai tentang kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono kualitas pelayanan yaitu berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Ada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangible*).

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini melibatkan sampel sebanyak 98 responden. Metode pengambilan sampel yang dipilih berdasarkan metode *incidental sampling*. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif dan metode IPA dengan menggunakan bantuan perhitungan statistik SPSS versi 23.

Berdasarkan hasil penelitian faktor kualitas layanan yang dianggap penting oleh pelanggan adalah faktor atau dimensi yang masuk ke dalam kuadran A, gambaran kualitas pelayanan yang diberikan PT. Simtorex Mandiri Express yang dianggap penting oleh pelanggan yaitu atau dimensi yang masuk ke dalam kuadran B. Kualitas pelayanan jasa di PT. Simtorex Mandiri Express dilihat dari hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan nilai kesesuaian dari seluruh atribut tidak ada yang mencapai nilai 100% atau lebih. Artinya, secara umum kualitas pelayanan PT. Simtorex Mandiri Express menurut pelanggan belum sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, *Importance Performance Analysis*, Dimensi Kualitas Pelayanan



## KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan petunjuk kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi besar Muhammad SAW. Skripsi ini berjudul **“Analisis Kualitas Pelayanan PT. Simtorex Mandiri Express”**. Penulis mengharapkan saran dan kritikan yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini selanjutnya. Melalui kesempatan ini pula, dengan kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr.H.Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Drs. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M. Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Delimasari Lubis, SE.I., M.A sebagai Plt. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Serta seluruh Civitas Akademika IAIN Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan. Khususnya kepada Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan memenuhi kelengkapan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si. selaku Pembimbing I dan Ibu Rodame Monitorir Napitupulu, M.M selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.A Kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku selama proses perkuliahan dan penyelesaian penulisan skripsi ini.
6. Penghargaan dan terima kasih yang tak ternilai kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta yang telah banyak melimpahkan kasih sayang dan pengorbanan baik material maupun beribuan do'a yang senantiasa mengiringi langkah penulis. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada abang saya Irham Bakti Pasaribu S.Pd.I, kakak saya Efsi Hana Pasaribu Am. Keb, serta adik-adik saya Rudi Faisal Pasaribu dan Muhammad Syukur Pasaribu yang selalu membantu penulis dengan kasih sayang, memberikan semangat, motivasi, do'a dan usaha selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini.

7. Kak Irna Sari Rambe S.E dan Abang Mara Somad Harahap yang tidak pernah bosan mendengarkan keluh kesah penulis dan selalu memberi motivasi kepada penulis agar selalu semangat dalam penulisan skripsi ini.
8. Teman-teman Ekonomi Syariah 4 angkatan 2014 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis selama proses perkuliahan dan penyusunan penulisan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabatku Anita Aprilia Harahap S.E, Halimatussakdiah Lubis S.E, Lisna S.E, Mega Sari, Rina Riski dan Siti Kholijah S.E, Sri Wahyuni Siregar S.E, yang selalu memberikan bantuan dan sebagai teman dalam diskusi di kampus IAIN Padangsidimpuan maupun luar kampus.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Sungguh telah sangat berarti pelajaran dan pengalaman yang penulis temukan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga menuju tahap ujian akhir.

Akhirnya penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritikan yang sifatnya membangun sangat penulis butuhkan demi kesempurnaan tulisan ini.

Padangsidimpuan, Oktober 2018  
Penulis,

**IRMAYANI**  
**NIM. 14 402 00152**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonema konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kadan Ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	Esdan Ye
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	.. ʾ ..	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	a
— /	Kasrah	I	i
— و	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dangaris atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dangaris di bawah
.....و	ḍommah dan wau	ū	u dangaris di



			atas
--	--	--	------

### 3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### 4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

### 5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

## **6. Hamzah**

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

## **7. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

## **8. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat.

Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

## **9. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PENULISAN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>BERITA ACARA UJIAN MUNAQASHAH</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN DEKAN</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah .....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Definisi Operasional Variabel.....	7
F. Tujuan Penelitian .....	8
G. Kegunaan Penelitian .....	9
H. Sistematika Pembahasan.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kerangka Teori .....	11
1. Pelayanan dan Kualitas Pelayanan.....	11
a. Karakteristik Jasa .....	12
b. Kualitas Pelayanan .....	14
c. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik.....	17
d. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam.....	18
e. Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa.....	20
2. Kepuasan Pelanggan .....	21
3. <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	23
B. Penelitian Terdahulu .....	27
C. Kerangka Pikir .....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	33
B. Jenis Penelitian .....	33
C. Populasi dan Sampel.....	33
1. Populasi.....	33
2. Sampel .....	34
D. Sumber Data .....	35
E. Instrumen Pengumpulan Data.....	36
F. Uji Valisitas dan Reliabilitas .....	38
1. Uji Validitas.....	38
2. Uji Reliabilitas .....	39
G. Analisis Data.....	39

1. Analisis Deskriptif .....	40
2. Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum PT. Simtorex Mandiri Express .....	41
1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan .....	41
2. Visi dan Misi PT. Simtorex Mandiri Express .....	42
3. Struktur Organisasi .....	43
B. Karakteristik Sampel .....	43
1. Jenis Kelamin Sampel .....	44
2. Usia Sampel .....	44
3. Pendidikan Terakhir Sampel .....	45
C. Analisis Data .....	46
1. Hasil Validitas dan Reliabilitas .....	46
a. Uji Validitas Variabel Kinerja dan Kepentingan .....	46
b. Uji Reliabilitas Variabel Kinerja dan Kepentingan .....	48
2. Analisis Deskriptif .....	49
D. <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) .....	50
E. Hasil Pembahasan Penelitian .....	59
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran-saran .....	62
DaftarPustaka	
Lampiran	
Dokumentasi Penelitian	



## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Penumpang PT. Simtorex Mandiri Express tahun 2017.....	5
Tabel II.2 Definisi Operasional Variabel.....	7
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel III.1 Skor Nilai Kinerja dan Kepentingan.....	37
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Kinerja .....	46
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Kepentingan.....	47
Tabel IV.3 Hasil Uji Reliabilitas Kinerja .....	49
Tabel IV.4 Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan .....	49
Tabel IV.5 Deskriptif Statistik.....	50
Tabel IV.6 Nilai Rata-rata Kinerja dan Kepentingan Atribut.....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Diagram Kartesius.....	26
Gambar II.2 Kerangka Pikir.....	32
Gambar IV.1 Struktur Organisasi PT. Simtorex Mandiri Express .....	43
Gambar IV.2 Persentase Jenis Kelamin Sampel.....	44
Gambar IV.3 Persentase Usia Sampel .....	44
Gambar IV.4 Persentase Pendidikan Terakhir.....	45
Gambar IV.5 Hasil Diagram Kartesius Tingkat Kinerja dan Kepentingan .....	55

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi transportasi saat ini sangat pesat membuat persaingan dalam penyediaan jasa transportasi menjadi sangat ketat. Transportasi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan kita karena transportasi sangat membantu aktivitas kita sehari-hari. Pada saat sekarang ini, kegiatan masyarakat lebih banyak dan beragam jenisnya. Untuk membantu kegiatan tersebut transportasi melakukan peranannya untuk perpindahan dari suatu tempat ke tempat lain. Dengan adanya transportasi maka masyarakat bisa dengan mudah melalui berbagai daerah.

Saat ini banyak perusahaan yang bergerak di bidang jasa angkutan yang kurang memerhatikan kualitas jasa yang ditawarkannya, padahal kualitas jasa sangatlah penting untuk menarik pelanggan lebih banyak. Akibat dari pelayanan yang kurang memuaskan menjadikan pelanggan akan berkurang.

Pada prinsipnya, definisi kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan pelanggan bisa berupa tiga macam tipe. Pertama *will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan konsumen akan diterimanya, berdasarkan semua informasi yang diketahuinya. Tipe ini merupakan tingkat harapan yang paling sering dimaksudkan oleh konsumen sewaktu menilai kualitas jasa tertentu. Kedua *should*

*expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepantasnya diterima konsumen. Biasanya tuntutan dari apa yang seharusnya diterima jauh lebih besar dari apa yang diperkirakan bakal diterima. Ketiga *ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

Menurut Wykof kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang memengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*). Jadi baik buruknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.<sup>1</sup>

Ada lima dimensi penentu kualitas jasa yaitu:

1. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat.
2. Ketanggapan (*responsiveness*) adalah kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
3. Jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.
4. Empati (*empathy*) adalah kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khususnya kepada masing-masing pelanggan.

---

<sup>1</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (Yogyakarta: C.V Andi offset, 2014), hlm. 268.

5. Bukti fisik (*tangible*) adalah penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi.<sup>2</sup>

Jasa jika tidak didukung dengan pelayanan yang tepat, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan sangatlah diperlukan karena peningkatan kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting supaya kepuasan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan PT. Simtorex Mandiri Express memang diperlukan adanya instrumen pengukuran yang tepat.

Mengukur kualitas jasa berarti mengevaluasi atau membandingkan kinerja suatu jasa dengan seperangkat standar atau yang telah diterapkan terlebih dahulu untuk model pengukuran. *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah salah satu metode yang dapat digunakan untuk membandingkan antara harapan yang diinginkan konsumen dengan kinerja dari pihak perusahaan. Ketidakpuasan yang terjadi karena munculnya berbagai keluhan merupakan dampak dari kinerja yang lebih kecil dari apa yang diharapkan oleh pelanggan. Penggunaan metode IPA berfungsi untuk mengetahui atribut mana yang kinerjanya masih buruk, atribut mana yang harus dipertahankan.

Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi

---

<sup>2</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 2* (Jakarta: PT Indeks, 2007), hlm. 56.



harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Situasi persaingan yang cukup tinggi di bidang jasa angkutan umum, maka sangat penting bagi perusahaan untuk lebih kreatif, inovatif, serta memiliki mutu layanan yang lebih untuk mendapatkan hati para konsumen maupun calon konsumennya. Fasilitas yang baik, keramahan para karyawan, lokasi yang strategis dan juga harga yang terjangkau menjadi salah satu pembanding yang cukup berperan bagi para konsumen untuk menentukan pilihan jasa angkutan yang akan digunakannya. Oleh sebab itu, diperlukan analisis yang lebih mendalam untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari kualitas layanan jasa yang telah diberikan oleh PT. Simtorex Mandiri Express hingga saat ini agar dapat memperbaiki kinerja perusahaan untuk menjadi lebih baik dari sebelumnya sehingga memiliki banyak pelanggan.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa angkutan umum adalah PT. Simtorex Mandiri Express yang merupakan biro perjalanan umum yang melayani jasa antar jemput dengan tujuan Medan – Tarutung – Sibolga – Batang Toru. PT. Simtorex juga menerima kiriman barang, paket, dan dokumen. Letak kantor atau loket PT. Simtorex yang mudah dijangkau yaitu di Jl. Merdeka Pusat, Batang Toru.

Menyadari bahwa betapa pentingnya memerhatikan kualitas jasa dengan memberikan pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas, untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan supaya tidak beralih kepada perusahaan jasa angkutan umum lain. Di bawah ini disajikan

jumlah penumpang dari bulan Januari sampai bulan Desember tahun 2017 sebagai berikut:

**Tabel I.1**  
**Data Penumpang PT. Simtorex Mandiri Express**  
**Tahun 2017**

No.	Bulan	Jumlah Penumpang (Orang)
1	Januari	455
2	Februari	254
3	Maret	271
4	April	208
5	Mei	229
6	Juni	345
7	Juli	441
8	Agustus	280
9	September	306
10	Oktober	241
11	Novemver	217
12	Desember	325

Sumber: Data penumpang PT. Simtorex Mandiri Express

Dilihat dari data di atas, jumlah penumpang setiap bulannya mengalami naik turun. Menyadari pentingnya mempertahankan pelanggan bagi kelangsungan suatu perusahaan, agar jumlah penumpang terus meningkat, maka PT. Simtorex Mandiri Express berupaya memberikan pelayanan yang baik. Latar belakang yang telah disebutkan di atas menjadi dasar dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan judul **“Analisis Kualitas Pelayanan PT. Simtorex Mandiri Express”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang muncul. Adapun masalah tersebut sebagai berikut:

1. Situasi persaingan yang cukup tinggi dibidang jasa angkutan umum.
2. Banyak perusahaan yang bergerak dibidang jasa angkutan yang kurang memerhatikan kualitas jasa yang ditawarkannya.
3. Belum diketahuinya kualitas pelayanan PT. Simtorex Mandiri Express dilihat dari lima dimensi kualitas pelayanan.
4. Diperlukannya rekomendasi prioritas dalam peningkatan kualitas agar memenuhi harapan pelanggan yang perlu diperhatikan.

### **C. Batasan Masalah**

Pembatasan masalah dalam penelitian merupakan upaya untuk memfokuskan persoalan yang akan diteliti. Pada penelitian ini, akan dibahas lima dimensi penentu kualitas jasa yaitu keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangible*).

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa faktor kualitas layanan yang dianggap penting oleh pelanggan dengan menggunakan lima dimensi kualitas layanan?
2. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan yang diberikan PT. Simtorex Mandiri Express yang dianggap penting oleh pelanggan?
3. Bagaimana kualitas pelayanan jasad PT.Simtorex Mandiri Express.

### E. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman istilah yang dipakai dalam penelitian, maka di sini dibuat definisi overasional variabel untuk menjelaskan istilah yang dipakai dalam penelitian di bawah ini:

**Tabel I.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

<b>Dimensi</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Keandalan ( <i>Reliability</i> )	Kemampuan karyawan memberikan layanan yang baik kepada setiap pelanggan seperti ketepatan waktu, tidak membeda-bedakan setiap konsumen dengan apa yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat.	1) Memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan 2) Mempertahankan keunggulan perusahaan dan bebas dari cacat	Ordinal
Ketanggapan ( <i>Responsiveness</i> )	Suatu kebijakan dari karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat.	1) Mengusahakan pelanggan agar tetap terinformasi 2) Layanan yang tepat pada pelanggan 3) Keinginan karyawan untuk membantu pelanggan 4) Kesiapan karyawan untuk menanggapi permintaan setiap pelanggan	Ordinal
Jaminan ( <i>Assurance</i> )	Pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen pada perusahaan.	1) Karyawan yang membangkitkan kepercayaan kepada pelanggan 2) Membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi mereka	Ordinal
Empati	Dimana karyawan	1) Memberikan	Ordinal

<i>(Empathy)</i>	diharapkan dapat memberikan perhatian yang mendalam memahami kebutuhan konsumen secara spesifik kepada masing-masing pelanggan.	pelanggan perhatian individual 2) Sangat memerhatikan kepentingan pelanggan terbaik 3) Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan mereka	
Bukti fisik <i>(Tangible)</i>	Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya. Hal ini meliputi perlengkapan, karyawan serta kendaraan operasional.	1) Armada atau Fasilitas yang terlihat menarik 2) Karyawan yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional 3) Peralatan modern	Ordinal

## F. Tujuan Penelitian

Dengan adanya perumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi faktor kualitas layanan apa yang dianggap penting oleh pelanggan dengan menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan.
2. Untuk memetakan prioritas perbaikan berdasarkan identifikasi faktor kualitas layanan yang dianggap paling penting oleh pelanggan yang diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan.
3. Untuk menganalisis kualitas pelayanan jasa pada PT. Simtorex Mandiri Express.

## **G. Kegunaan penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi penulis

Bagi penulis, merupakan tambahan pengetahuan dan wawasan dalam penerapan ilmu ekonomi, khususnya dalam bidang pemasaran. Penelitian ini juga berguna sebagai tugas dan memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE).

2. Bagi akademisi

Untuk menambah ilmu pengetahuan bagi orang banyak khususnya bagi mahasiswa lainnya yang akan mengadakan penelitian lanjutan.

3. Bagi PT. Simtorex Mandiri Express

Hasil penelitian ini dapat membantu memberikan masukan dan pertimbangan mengenai kualitas pelayanan serta dapat memberikan gambaran bagi PT. Simtorex Mandiri Express dalam membuat rencana dan strategi yang baik dan terarah yang sesuai, serta berhubungan dengan kualitas pelayanan maupun kepuasan pelanggan. Terutama hal-hal yang dianggap penting oleh pelanggan.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Penulisan dalam penyusunan proposal penelitian yang berjudul **“Analisis Kualitas Pelayanan PT. Simtorex Mandiri Express”** menggunakan ejaan yang disempurnakan agar mudah dipahami pembaca.

BAB I :           Pendahuluan, bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional

variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : Dalam bab ini dibahas mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, serta kerangka pikir.

BAB III : Pada bab ini menguraikan tentang metodologi penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, instrumen pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV : Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : Pada bagian ini berisi penutup yaitu kesimpulan dan saran dari peneliti.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kerangka Teori**

##### **1. Pelayanan dan Kualitas Pelayanan**

Pada dasarnya pemasaran jasa mempunyai kesamaan dengan pemasaran barang atau produk, dan seringkali saling melengkapi antara keduanya, hanya saja yang lebih diperhatikan yang mana lebih dominan. Misalnya penjualan barang di suatu toko, kemudian barang itu diantarkan ke alamat pembeli. Ini berarti barang lebih dominan, mengantar barang berupa jasa yang peranannya lebih kecil. Sebaliknya dalam mereparasi televisi, lebih dominan jasa reparasi dibandingkan dengan barang yang terjual karena reparasi itu. Seringkali dalam dunia usaha peranan jasa sangat penting dan dapat berpengaruh pada perusahaan saingan.

Jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, pada hakikatnya bersifat tidak teraba, untuk memenuhi kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain. Dalam menghasilkan jasa bisa diperlukan atau tidak penggunaan benda nyata. Seandainya penggunaan benda diperlukan namun tidak terdapat pemindahan hak milik benda itu.<sup>1</sup>

Jasa menurut Kotler dan Keller juga dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh

---

<sup>1</sup> M. Mursid, *Manajemen Pemasaran Edisi 1 Cetakan Kelima* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 115-116.



suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Walaupun demikian, produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. Maksudnya ada produk jasa murni dan jasa yang membutuhkan produk fisik sebagai persyaratan utamanya.<sup>2</sup>

Jadi jasa adalah pemberian suatu kinerja atau tindakan yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang bersifat tidak teraba. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan yang direncanakan untuk pemenuhan kepuasan konsumen. Dalam menghasilkan jasa bisa diperlukan atau tidak penggunaan benda nyata, walaupun diperlukan barang berwujud akan tetapi tidak terdapat pemindahan hak milik atas benda tersebut.

#### **a. Karakteristik Jasa**

Jasa memiliki empat karakteristik yang mencolok yang sangat memengaruhi desain program pemasaran: tidak berwujud (*intangibility*), tidak terpisahkan (*inseparability*), bervariasi (*variability*), dan tidak tahan lama (*perishability*).<sup>3</sup>

- 1) Tidak berwujud, berbeda dari produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli akan mencari bukti mutu jasa tersebut. Mereka akan menarik kesimpulan mengenai mutu dari tempat, orang-orang, peralatan, bahan komunikasi,

---

<sup>2</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (Yogyakarta: C.V Andi offset, 2014), hlm. 26.

<sup>3</sup> *Ibid.*, hlm. 45.

simbol, dan harga yang mereka lihat. Karena itu, tugas penyedia jasa tersebut adalah “mengelola bukti tersebut” untuk “mewujudkan sesuatu yang tidak berwujud.” Kalau pemasar produk ditantang untuk menambah gagasan-gagasan abstrak, pemasar jasa ditantang untuk menambah bukti fisik dan gambaran pada tawaran yang abstrak. Perusahaan jasa berupaya menunjukkan mutu layanan mereka melalui bukti fisik dan presentasi.

- 2) Tidak terpisahkan, biasanya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.
- 3) Bervariasi, karena bergantung pada siapa memberikannya serta kapan dan di mana diberikan, jasa sangat bervariasi. Perusahaan-perusahaan jasa dapat mengambil tiga langkah dalam rangka mengendalikan mutu, yaitu sebagai berikut:
  - a) Berinvestasi dalam prosedur perekrutan dan pelatihan yang baik.
  - b) Menetapkan standar proses pelaksanaan jasa diseluruh organisasi tersebut.
  - c) Memantau kepuasan pelanggan, melalui sistem saran dan keluhan, survei pelanggan, dan belanja perbandingan.
  - d) Tidak tahan lama, jasa tidak dapat disimpan. Jasa tidak dapat disimpan untuk dijual atau digunakan beberapa saat kemudian. Jika permintaan berfluktuasi, perusahaan-

perusahaan jasa menghadapi masalah yang rumit. Contohnya, pada perusahaan angkutan umum harus memiliki jauh lebih banyak perlengkapan karena permintaan jam-jam sibuk, dibandingkan dengan andaikata permintaan mereka sepanjang hari.<sup>4</sup>

#### **b. Kualitas Pelayanan**

Kualitas yang tinggi menyebabkan perusahaan dapat mengurangi tingkat kesalahan, mengurangi pekerjaan kembali dan pemborosan, mengurangi pembayaran biaya garansi, mengurangi ketidakpuasan konsumen, mengurangi inspeksi dan pengujian, mengurangi waktu pengiriman produk ke pasar, meningkatkan hasil dan meningkatkan utilitas kapasitas produksi serta memperbaiki kinerja penyampaian produk atau jasa.

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan yaitu berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan, sehingga pelayanan dalam penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan oleh PT. Simtorex Mandiri Express terhadap setiap pelanggannya.<sup>5</sup> Feigenbaum menyatakan, bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu jasa berkualitas apabila dapat memberikan

---

<sup>4</sup> *Ibid.*, hlm. 48.

<sup>5</sup> Fandy Tjiptono, *Loc. Cit.*

kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu jasa.<sup>6</sup>

Philip Kotler mendefinisikan pelayanan atau *service* adalah sikap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan satu pihak ke pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.<sup>7</sup> Kualitas pelayanan adalah kemampuan merencanakan, menciptakan dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi masyarakat. Kualitas pelayanan pegawai sebagai jaminan atas ketersediaan produk, rasa responsivitas, biaya administrasi yang hemat, ketepatan waktu memberikan pelayanan dan waktu tunggu yang lebih pendek, kesempurnaan pelayanan, serta kemampuan menimbulkan kesenangan dan perasaan nyaman pada konsumen.<sup>8</sup>

Kualitas pelayanan merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan pegawai untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh konsumen atau yang tersirat dalam diri konsumen.<sup>9</sup> Karena pegawai merupakan kunci untuk menentukan kualitas pelayanan, kualitas produk, kualitas operasional maupun kualitas kinerja instansi.<sup>10</sup>

---

<sup>6</sup> M. N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajemen)*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 2-3.

<sup>7</sup> Malayu S.P. *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

<sup>8</sup> Ali Hasan, *Marketing bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 103.

<sup>9</sup> *Ibid.*, hlm.91.

<sup>10</sup> *Ibid.*, hlm. 93.

Dalam proses layanan ada tiga hal penting yang harus diperhatikan, yaitu:<sup>11</sup>

- 1) Penyedia Layanan adalah pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang atau jasa.
- 2) Penerima Layanan adalah mereka yang disebut sebagai konsumen atau pelanggan yang menerima layanan dari para penyedia layanan.
- 3) Jenis dan Bentuk Layanan adalah jenis layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan terdiri dari berbagai macam, antara lain berupa layanan yang berkaitan dengan pemberian jasa, layanan yang berkaitan dengan penyediaan dan distribusi barang dan layanan yang berkaitan dengan kedua-duanya.

Gonroos mengemukakan enam kriteria kualitas jasa yang dipersepsikan baik, yaitu sebagai berikut:<sup>12</sup>

- a) *Professionalism and skills*. Pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisik, memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah mereka secara profesional.

---

<sup>11</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 213-214.

<sup>12</sup> Fandy Tjiptono, *Op. Cit.*, hlm. 270.

- b) *Attitude and behavior*. Pelanggan merasa bahwa karyawan jasa menaruh perhatian besar pada mereka dan berusaha membantu memecahkan masalah mereka secara spontan dan ramah.
- c) *Accessibility and flexibility*. Pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam operasi, karyawan dan sistem operasionalnya, dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat mengakses jasa tersebut dengan mudah.
- d) *Reliability and trustworthiness*. Pelanggan memahami bahwa apapun yang telah terjadi atau disepakati mereka bisa mengandalkan penyedia jasa, karyawan beserta sistemnya dalam memenuhi janji dan melakukan segala sesuatu dengan mengutamakan kepentingan pelanggan.
- e) *Recovery*. Pelanggan menyadari bila terjadi kesalahan atau sesuatu yang tidak diharapkan, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari solusi yang tepat.
- f) *Reputation and credibility*. Pelanggan meyakini operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan.

**c. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik**

Pelayanan yang baik adalah kemampuan instansi dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan standar yang telah ditetapkan. Kemampuan

tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki.<sup>13</sup> Berikut ini ciri-ciri pelayanan yang baik sebagai berikut:<sup>14</sup>

- 1) Tersedia sarana dan prasarana yang baik,
- 2) Tersedia personil yang baik,
- 3) Bertanggung jawab kepada setiap konsumen sejak awal hingga selesai,
- 4) Mampu melayani secara cepat dan tepat,
- 5) Mampu berkomunikasi,
- 6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
- 7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik,
- 8) Berusaha memahami kebutuhan konsumen, dan
- 9) Mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen.

#### **d. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam**

Islam telah mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik berupa barang maupun jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk kepada orang lain. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat *al-Baqarah* ayat 267 sebagai berikut:

---

<sup>13</sup> Kasmir, *Etika Customer service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 131.

<sup>14</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 223-

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا  
لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ  
إِلَّا أَن تَغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿١٧٧﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.<sup>15</sup>

Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik, dan diperoleh dengan cara yang halal, sebab Allah itu baik dan hanya menerima yang baik-baik. Dan sedekahkanlah sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi berupa hasil pertanian, tambang, dan lainnya untukmu. Pilihlah yang baik-baik dari apa yang kamu nafkahkan itu, walaupun tidak harus semuanya baik, tetapi janganlah kamu memilih secara sengaja yang buruk untuk kamu keluarkan guna disedekahkan kepada orang lain, padahal kamu sendiri kalau diberi yang buruk-buruk seperti itu tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata karena rasa enggan terhadapnya. Cobalah berempati. Posisikan dirimu seperti orang yang diberi. Jika

<sup>15</sup> Departemen Agama RI, *Terjemah Al-Qur'an Al-Qarim* (Bandung: PT. Al-Ma'arif, 1987), hlm.42.



kamu tidak mau menerima yang buruk-buruk, mengapa kamu berikan yang seperti itu kepada orang lain. Dan ketahuilah dan yakinlah bahwa Allah yang maha kaya, tidak membutuhkan sedekah kamu, baik pemberian untuk-Nya maupun untuk makhluk-makhluk-Nya, sebab Dia memberi secara langsung. Sedekah itu justru untuk kemaslahatan orang yang memberi. Dia juga Maha terpuji, antara lain karena Dia memberi ganjaran terhadap hambahambanya yang bersedekah.<sup>16</sup>

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa Dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik berupa barang maupun jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk kepada orang lain. Sebab dengan memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas seorang pelanggan akan menunjukkan loyalitasnya terhadap perusahaan tersebut.

#### e. Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa

SERVQUAL (*Service Quality*) dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan/diinginkan (*expected service*). Konsep kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian

---

<sup>16</sup> Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, *Tafsir Ringkas Jilid 1* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2016), hlm. 125.

yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja layanan, yaitu:

- 1) Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat.
- 2) Ketanggapan (*responsiveness*) adalah kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
- 3) Jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.
- 4) Empati (*empathy*) adalah kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khususnya kepada masing-masing pelanggan.
- 5) Bukti fisik (*tangible*) adalah penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi.<sup>17</sup>

## **2. Kepuasan Pelanggan**

Fokus dari kualitas suatu pelayanan adalah kepuasan pelanggan, oleh karena itu perlu dipahami terlebih dahulu komponen-komponen yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan, yang dalam hal ini adalah penumpang. Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan

---

<sup>17</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 2* (Jakarta: PT Indeks, 2007), hlm. 55-56.

tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah:<sup>18</sup>

1) Mutu produk dan pelayanannya

Kegiatan penjualan, terdiri atas variabel-variabel pesan (sebagai penghasil serangkaian sikap tertentu mengenai perusahaan, produk dan tingkat kepuasan yang dapat diharapkan oleh pelanggan), sikap (sebagai penilaian pelanggan atas pelayanan perusahaan), perantara (sebagai penilaian pelanggan atas perantara perusahaan seperti *dealer* dan grosir).

2) Pelayanan setelah penjualan, terdiri atas variabel-variabel pelayanan pendukung tertentu, seperti garansi serta yang berkaitan dengan umpan balik seperti penanganan keluhan dan pengembalian uang.

3) Nilai-nilai perusahaan, terdiri atas dua variabel yaitu nilai resmi yang dinyatakan oleh perusahaan sendiri dan nilai resmi yang tersirat dalam segala tindakannya sehari-hari.

---

<sup>18</sup> Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis edisi 3* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 65.

Kepuasan dibagi dua macam, yaitu kepuasan fungsional dan kepuasan psikologis. Kepuasan fungsional merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi suatu produk yang dimanfaatkan sedangkan kepuasan psikologis merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud dari produk.

Pelanggan dapat dibagi atas dua macam, yaitu pelanggan eksternal dan pelanggan internal. Pelanggan eksternal mudah diidentifikasi karena mereka ada di luar organisasi, sedangkan pelanggan internal merupakan orang-orang yang melakukan proses selanjutnya dari pekerjaan orang sebelumnya.

Memperbaiki dan mempertahankan hubungan antar perusahaan dengan pelanggannya perlu terus dibina. Untuk mengendalikan tingkat kehilangan pelanggan agar tetap pada posisi yang aman, perusahaan perlu mengambil empat langkah yaitu:<sup>19</sup>

- a) Menentukan tingkat bertahannya pelanggan,
- b) Membedakan berbagai penyebab hilangnya pelanggan dan menentukan penyebab utama yang bisa dikelola lebih baik,
- c) Memperkirakan kehilangan keuntungan dari pelanggan yang hilang, dan
- d) Menghitung biaya untuk mengurangi tingkat kehilangan pelanggan.

---

<sup>19</sup> *Ibid.*, hlm. 66.

### 3. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1997) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis*. IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor atau atribut pelayanan yang menurut konsumen sangat memengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor atau atribut pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

Secara konsep metode IPA merupakan suatu model multi-atribut. Teknik ini mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan penawaran pasar dengan menggunakan dua kriteria yaitu kepentingan relatif atribut dan kepuasan konsumen.

Rumus yang digunakan dalam IPA adalah sebagai berikut:<sup>20</sup>

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan: Tki = tingkat kesesuaian responden

Xi = skor penilaian tingkat kinerja/kepuasan

Yi = skor penilaian kepentingan

Tingkat kepentingan dan kinerja yang dimuat dalam diagram kartesius adalah berupa skor penilaian kepentingan dan kinerja total.

Masing-masing atribut diposisikan dalam suatu diagram. Skor total

---

<sup>20</sup> Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar* (Jakarta:Rineka Cipta, 2011), hlm. 242.

penilaian terhadap tingkat kinerja (*performance*) menunjukkan posisi suatu atribut pada sumbu X sedangkan posisi atribut pada sumbu Y ditunjukkan oleh skor total tingkat kepentingan (*importance*) terhadap atribut.<sup>21</sup> Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dengan:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Dimana :

$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat kinerja/kepuasan

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X,Y), dimana X merupakan tingkat penilaian kinerja dan Y adalah penilaian dari tingkat kepentingan seluruh faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N Xi}{K} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N Yi}{K}$$

Dimana:

$\bar{X}$  = Rataan dari total rataan bobot tingkat kinerja/kepuasan

$\bar{Y}$  = Rataan dari total rataan bobot tingkat kepentingan

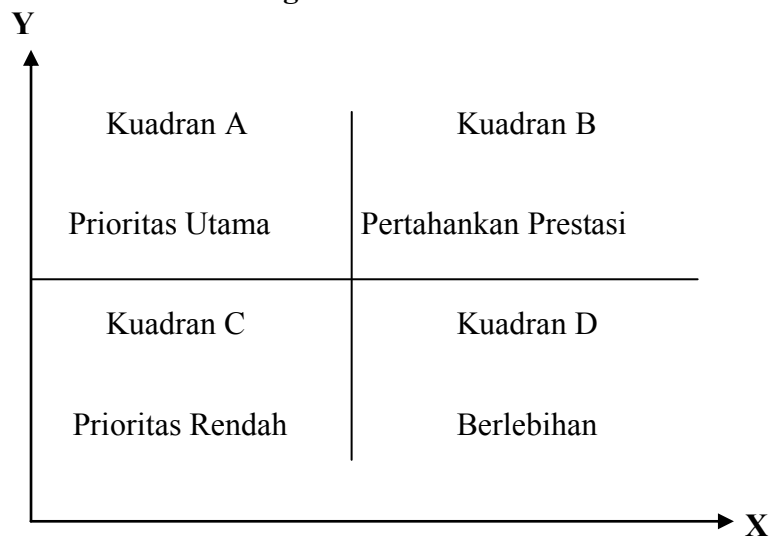
K = Banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan X Y

---

<sup>21</sup> Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction : Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan* ( Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm.111.

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius seperti pada gambar di bawah ini.

**Gambar II.1**  
**Model Diagram Kartesius**



**Keterangan:**

Kuadran A:

Ini adalah wilayah yang memuat faktor atau atribut yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya belum sesuai seperti yang diharapkan. Atribut yang masuk kedalam kuadran ini harus ditingkatkan.

Kuadran B :

Ini adalah wilayah yang memuat faktor atau atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif tinggi. Faktor atau atribut yang termasuk

kedalamkuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadi jasa unggul dimata pelanggan.

Kuadran C :

Ini adalah wilayah yang memuat faktor atau atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan faktor atau atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.

Kuadran D:

Ini adalah wilayah yang memuat faktor atau atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Faktor atau atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

## B. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini penulis akan mencantumkan beberapa hasil kajian atau penelitian dari orang lain yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan.

**Tabel 2.1**  
**Peneitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	Yayu Yulianti (2016)	Analisis Kualitas Pelayanan Pendidikan dengan Menggunakan <i>Gap Analysis</i> dan <i>Importance</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) dilihat dari uji beda, analisis tingkat kesesuaian dan analisis kesenjangan kenyataan-harapan berdasarkan dari lima



		<p><i>Performance Analysis</i>(IPA) pada Program Studi Pendidikan Fakultas Ekonomi UNY (Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta)</p>	<p>dimensi SERVQUAL kualitas pelayanan pendidikan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi sudah baik dalam memenuhi harapan mahasiswa, (2) rata-rata <i>gap</i> dimensi <i>analysis</i> menunjukkan rata-rata &lt;-1 sehingga pelayanan pendidikan berdasarkan persepsi mahasiswa sudah baik, sedangkan untuk <i>gap</i> item <i>analysis</i> terdapat tiga atribut yang <i>gap</i>negatifnya &gt;-1 untuk atribut kualitas pelayanan pendidikan antara kinerja dan kepentingan mahasiswa, (3) berdasarkan pemetaan terdapat 16 atribut yang dianggap penting oleh mahasiswa dan perlu tindakan prioritas. (4) melakukan evaluasi dan perbaikan berdasarkan hasil pemetaan melalui <i>Importance Performance Analysis</i>, dengan hasil dimensi keandalan merupakan dimensi kualitas terendah dan perlu tindakan prioritas perbaikan.</p>
2.	<p>Alsedy Tutuko Wicaksono (2016)</p>	<p>Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Merapi Online Group (Studi Kasus di Luxury Internet Cafe Jl. Kaliurang KM 4,5) (Jurnal, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Islam Indonesia)</p>	<p>Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah melihat seberapa tinggi kenyataan dan harapan yang dirasakan oleh para pelanggan Luxury Internet Cafe terhadap lima dimensi kualitas pelayanan. Dan indikator apa yang harus dipertahankan dan segera diperbaiki oleh Luxury Internet Cafe untuk memenuhi kepuasan konsumen. <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)</p>

			akan menjadi metode dalam penelitian ini. Metode ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat harapan dan kenyataan yang dirasakan pelanggan dan untuk mengetahui indikator apa saja yang harus diperbaiki dan dipertahankan oleh Luxury Internet Cafe.
3.	Kharis Husain dan Citra Kusuma Dewi (2016)	Analisis Kepuasan Pelanggan atas Kualitas Pelayanan Baraya Travel Bandung (Jurnal, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, jurusan Administrasi Bisnis, Universitas Telkom)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kuadran A terdapat dimensi <i>empathy</i> yang dianggap oleh pelanggan Baraya Travel penting tetapi pada kenyataan kinerja <i>empathy</i> Baraya Travel dianggap kurang oleh pelanggan. Hal ini berpengaruh kepada kepuasan pelanggan karena pelanggan menginginkan pelayanan yang baik dari Baraya Travel. Pada kuadran B, terdapat <i>reliability</i> dimana sub variabel tersebut dianggap penting oleh pelanggan Baraya Travel penting dan kinerja yang diberikan sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Pada kuadran C, tidak terdapat dimensi. Kemudian pada Kuadran D, terdapat dimensi <i>tangibles, responsiveness</i> dan <i>assurance</i> dimana harapan pelanggan akan dimensi ini kurang penting dan kinerja yang diberikan Baraya Travel berlebihan. Secara spesifik, atribut di Baraya Travel yang dianggap pelanggan harus diperbaiki adalah kenyamanan ruang tunggu Baraya Travel, jumlah armada yang mencukupi,

			penampilan supir Baraya Travel, jadwal keberangkatan yang pasti, pelayanan keluhan yang lebih tanggap dan keramahan petugas yang lebih di tingkatkan.
4.	Stephanie Alexandra Suwanda dan Edward Siregar (2015)	Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Braja Mustika Hotel & Convention Centre, Bogor (Jurnal, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor)	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi konsumen demografi di Braja Mustika Hotel, untuk menganalisis tingkat signifikansi melalui Braja Mustika Hotel kualitas layanan, dan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan melalui Braja Mustika Hotel kualitas layanan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA), dan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI). Studi ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan yang terjadi pada tingkat puas.

Dari penelitian terdahulu di atas terdapat persamaan dan perbedaan dari penelitian peneliti. Persamaannya yaitu terletak pada analisis yang digunakan, yaitu sama-sama menggunakan analisis *Importance Performance Anlysis*. Sedangkan perbedaannya yaitu antara lain:

- a. Yuyu Yulianti (2016), perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada objek yang diteliti. Penelitian ini menganalisis kualitas pelayanan pada PT. Simtorex Mandiri Express yaitu jasa bidang angkutan umum. Sedangkan penelitian terdahulu meneliti tentang analisis kualitas pelayanan pendidikan dengan

menggunakan *gap analysis* dan *Importance Performance Analysis* (IPA) yaitu jasa bidang pendidikan.

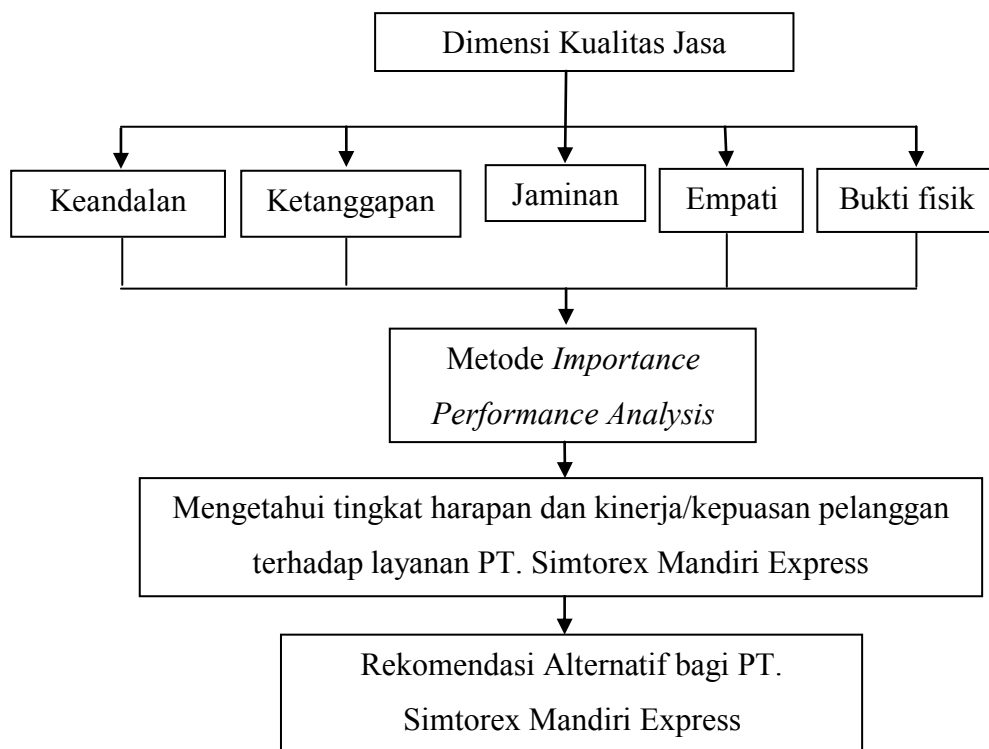
- b. Alsendy Tutuko Wicaksono (2016), perbedaan penelitian juga terletak pada objek yang diteliti yaitu penelitian ini meneliti jasa angkutan umum sedangkan penelitian terdahulu pada jasa internet.
- c. Kharis Husain dan Citra Kusuma Dewi (2016), meneliti tentang analisis kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan Baraya Travel Bandung sedangkan penelitian ini tentang analisis kualitas pelayanan PT. Simtorex Mandiri Express. Perbedaan penelitian terdapat pada lokasi dan objek yang diteliti yaitu penelitian ini dilaksanakan di Batang Toru Kec. Batang Toru dan objek yang diteliti adalah Simtorex Travel sedangkan penelitian terdahulu di Bandung dan objek yang diteliti adalah Baraya Travel.
- d. Stephani alexandra Suwanda dan Edward Siregar (2015), meneliti tentang analisis kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Braja Mustika Hotel dan Convention Centre, Bogor. Penelitian terdahulu menganalisis kualitas layanan pada jasa perhotelan sedangkan penelitian ini pada PT. Simtorex yaitu jasa angkutan umum.

### **C. Kerangka Pikir**

Pengukuran kualitas jasa yang diukur melalui lima dimensi kualitas jasa yang terdiri dari keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik. Menggunakan metode *Importance Performance Analysis*, peneliti ingin mengetahui tingkat harapan dan kinerja/kepuasan pelanggan

terhadap layanan yang ada di PT. Simtorex Mandiri Express. Sehingga hasil penelitian ini, diharapkan dapat berguna bagi pihak Simtorex sebagai rekomendasi alternatif agar mencapai titik maksimal dalam pelayanan yang dilakukannya. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah seperti ditunjukkan pada gambar di bawah ini:

**Gambar II.2**  
**Kerangka Pikir**



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan pada jl. Merdeka Pusat, Batang Toru Kec. Batang Toru. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2018 sampai dengan Oktober 2018.

#### B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka), mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan hasilnya yang diolah dengan metode statistik.<sup>1</sup> Menurut metodenya penelitian ini menggunakan metode *deskriptif* yaitu penelitian yang dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena.<sup>2</sup>

#### C. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>3</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari PT. Simtorex Mandiri Express yang sudah pernah atau sudah

---

<sup>1</sup> Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 5.

<sup>2</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 42.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Bandung: CV. Alfabeta, 2009), hlm. 115.

beberapa kali menggunakan jasa transportasi umum travel Simtorex yang berjumlah 3572 orang dari tahun 2017.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi, dikarenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili).<sup>4</sup>

Sampel merupakan sebagian dari anggota populasi tadi harus dilakukan dengan teknik tertentu yang disebut dengan teknik sampling. Metode pengambilan sampel (*sampling technic*) adalah cara pengambilan sampel yang mewakili dari populasi. Pengambilan ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar menggambarkan populasi yang sebenarnya.

Metode pengambilan sampel yang dipilih berdasarkan metode *incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>5</sup> Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus slovin.

Dengan rumus sebagai berikut:<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 62.

<sup>5</sup> Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 67.

<sup>6</sup> Juliansyah Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), hlm. 158.

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi (*error tolerance*)

Sehingga jumlah sampel yang diperoleh dengan ketentuan yang digunakan e = 10% yaitu:

$$n = \frac{3572}{1 + (3572 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{3572}{1 + (35,72)}$$

$$n = 97,27 (98) \text{ responden}$$

#### D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ada dua, yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data yang diambil dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### a. Data Primer (*Primary Data*)

Data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu.<sup>7</sup> Menurut Indriantoro data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Karena data primer dikumpulkan oleh peneliti, maka diperlukan sumber daya yang cukup memadai, seperti biaya, waktu, tenaga, dan

---

<sup>7</sup> Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 157.



sebagainya. Data primer dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada para pelanggan.

b. Data Sekunder (*Secondary Data*)

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh instansi teknik dan/atau pihak lain).<sup>8</sup> Penelitian ini termasuk penelitian melalui segala bahan tertulis dalam bentuk buku, literature, internet, dan sumber tertulis lainnya yang relevan dengan judul penelitian, serta dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

#### **E. Instrumen Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, maka peneliti menggunakan beberapa metode, yaitu daftar pertanyaan (*questionnaire*), wawancara dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

**a. Kuesioner**

Teknik ini merupakan bentuk alat pengumpulan data dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan. Diharapkan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada setiap responden, peneliti dapat menghimpun data yang relevan dengan tujuan penelitian dan memiliki tingkat reliabilitas serta validitas yang tinggi.

Sebelum membuat daftar pertanyaan terlebih dahulu dibuat kisi-kisi instrumen dengan menjabarkan variabel menjadi sub variabel

---

<sup>8</sup> Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 153-155.

yang akan diukur, hal ini digunakan sebagai patokan untuk menyusun instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan instrumen yang menggunakan skala likert. Menurut Kinnear skala likert ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju-tidak setuju, senang-tidak senang dan baik-tidak baik. Responden diminta mengisi pernyataan dalam skala ordinal berbentuk verbal dalam jumlah kategori tertentu.

Dalam penelitian ini instrumen pengumpulan data melalui kuesioner tentang skor nilai kinerja dan kepentingan yang digunakan adalah sebagai berikut:

**Tabel III.1**  
**Skor Nilai Kinerja dan Kepentingan**

<b>Skor Nilai</b>	<b>Tingkat Kinerja</b>	<b>Tingkat Kepentingan</b>
5	Sangat Penting	Sangat Puas
4	Penting	Puas
3	Sedang/Biasa	Sedang/Biasa
2	Tidak Penting	Tidak Puas
1	Sangat Tidak Penting	Sangat Tidak Puas

#### **b. Wawancara**

Wawancara yang dimaksud di sini adalah teknik untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data. Pencarian data dengan teknik ini dilakukan dengan tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara seorang atau beberapa orang yang diwawancarai.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Ibid., hlm. 151.

### c. Dokumentasi

Menurut Arikunto dokumentasi adalah mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Teknik ini digunakan untuk mengambil data internal perusahaan seperti sejarah perusahaan, profil perusahaan, dan struktur organisasi.<sup>10</sup>

## F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Menurut Juliansyah Noor validitas atau kesahihan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen.<sup>11</sup> Bila skala pengukuran tidak valid, maka tidak bermanfaat bagi penelitian karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukannya.

### 2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan hasil yang sama.<sup>12</sup> Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana alat pengukur dikatakan konsisten,

---

<sup>10</sup> Suharsimi Arikunto, *Metodelogi Penelitian* (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006), hlm. 231.

<sup>11</sup> Juliansyah Noor, *Op. Cit.*, hlm. 132-133.

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 173.

jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama.<sup>13</sup>

Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung *cronbach alpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Tentang uji reliabilitas ini disampaikan hal-hal pokoknya sebagai berikut:

- a. Untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner. Kuesioner tersebut mencerminkan konstruksi sebagai dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk pertanyaan.
- b. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan.
- c. Instrumen yang dipakai dikatakan andal (*reliable*) jika memiliki nilai *cronbach alpha*  $> 0,60$ .<sup>14</sup>

## **G. Analisis Data**

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data adalah kegiatan setelah data didapatkan. Untuk menganalisis bagaimana kualitas pelayanan PT. Simtorex Mandiri Express, maka dilakukakan beberapa analisis yaitu sebagai berikut:

### **1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah metode statistik yang berusaha menjelaskan atau menggambarkan berbagai karakteristik data seperti nilai maksimum dan minimum, rata-rata dan seberapa jauh data-data

---

<sup>13</sup> Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm. 18.

<sup>14</sup> JuliansyahNoor, *Op. Cit.*, hlm. 165.

tersebut bervariasi dan lain sebagainya.<sup>15</sup> Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran secara deskriptif mengenai jawaban responden terhadap kualitas pelayanan PT. Simtorex Mandiri Express.

## 2. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

Dalam teknik IPA ini responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan atribut layanan dan tingkat kinerja pada masing-masing atribut layanan pendidikan. Analisis IPA dilakukan dengan menggunakan SPSS 23 yang menyediakan fasilitas *analysis graphs scatter/dot* yang hasilnya berupa gambar diagram kartesius.

Diagram kartesius merupakan suatu bangun persegi yang dibagi dalam empat bagian dengan dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X dan Y), dan X merupakan rata-rata dari skor tingkat penilaian kinerja sedangkan Y adalah rata-rata dari skor tingkat kepentingan. Tujuan analisis IPA ini adalah untuk mengidentifikasi atribut kepentingan layanan berada di kuadran A,B,C, atau D dalam diagram kartesius.

---

<sup>15</sup> Muhamad, *Metodologi Penelitian Islam, Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), hlm. 200.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum PT. Simtorex Mandiri Express**

##### **1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan**

PT. Simtorex Mandiri Express adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa angkutan umum, yang didirikan oleh bapak Samidun Situmorang dan Sahlil Situmorang. PT. Simtorex Mandiri Express yang merupakan biro perjalanan umum yang melayani jasa antar jemput dengan tujuan Medan – Tarutung – Sibolga – Batang Toru. PT. Simtorex juga menerima kiriman barang, paket, dan dokumen. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2015 yang berlokasi di Jl. SM. Raja Medan.

Awalnya perusahaan ini hanya mempunyai satu cabang, untuk mengembangkan usahanya maka PT. Simtorex membuka cabang yaitu Jl. Letda Sujono, Jl. Merdeka Pusat, Batang Toru, dan di Jl. Sudirman Padangsisimpuan. Pemilik perusahaan menyadari betapa pentingnya memerhatikan kualitas jasa dengan memberikan pelayanan yang baik, untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan supaya tidak beralih kepada perusahaan jasa angkutan umum lain.

PT. Simtorex Mandiri Express telah berusaha menjadi perusahaan jasa yang diminati pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik serta mengutamakan kepuasan pelanggannya. Jumlah angkutan yang dimiliki perusahaan ini adalah sebanyak

sepuluh angkutan. Demi memenuhi kebutuhan pelanggan akan jasa angkutan, maka perusahaan akan terus menambah jumlah angkutannya.

## **2. Visi dan Misi PT. Simtorex Mandiri Express**

Visi dan misi dalam sebuah organisasi atau perusahaan sangatlah penting, karena tanpa adanya visi maka tidak akan ada tujuan didirikannya sebuah organisasi atau perusahaan tersebut. Visi adalah gambaran dan tujuan suatu lembaga, organisasi atau perusahaan di masa yang akan datang. Sedangkan misi adalah cara untuk mencapai tujuan tersebut. PT. Simtorex Mandiri Express adalah sebuah perusahaan yang mempunyai visi dan misi sebagai berikut di bawah ini:<sup>1</sup>

### **a. Visi**

Menjadi perusahaan transportasi darat terbaik dalam pelayanan serta mengutamakan kepuasan pelanggan.

### **b. Misi**

- 1) Memberikan jasa dengan kualitas terbaik,
- 2) Meningkatkan kepercayaan konsumen akan pelayanan yang diberikan,
- 3) Membangun layanan transportasi darat yang aman, nyaman, tepat waktu dan memuaskan pelanggan.

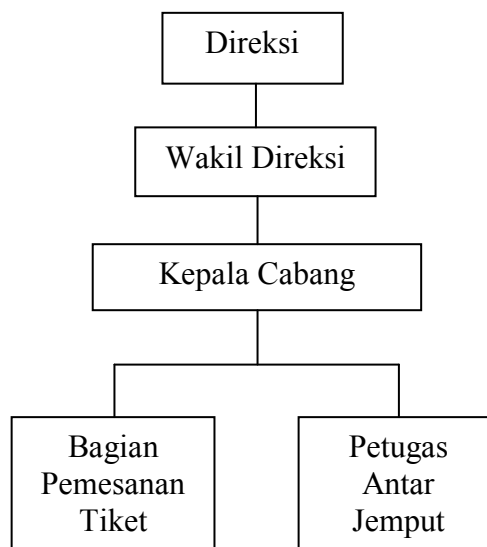
---

<sup>1</sup>Wawancara dengan Bapak Amansyah Siregar, Kepala Cabang Batang Toru PT. Simtorex Mandiri Express, 10 September 2018.

### 3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan komponen penting yang harus ada dalam organisasi atau perusahaan yang memuat terkait pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing. Struktur organisasi adalah sebuah susunan berbagai komponen atau unit-unit kerja dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi kita dapat melihat pembagian kerja dan bagaimana fungsi atau kegiatan yang berbeda bisa dikoordinasikan dengan baik. Struktur organisasi pada PT. Simtorex Mandiri Express dapat dilihat pada gambar IV.1 di bawah ini:

**Gambar IV.1**  
**Struktur Organisasi PT. Simtorex Mandiri Express**



#### B. Karakteristik Sampel

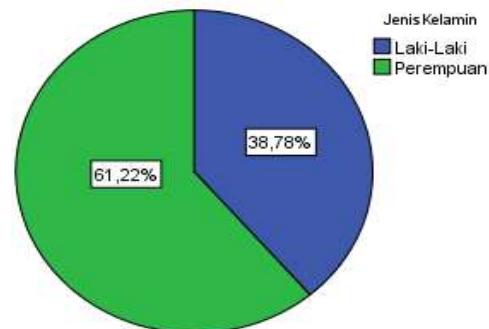
Dari pembagian kuesioner diperoleh data mengenai karakteristik setiap responden yang menjadi pelanggan PT. Simtorex Mandiri Express, dari 98 responden. Di bawah ini digambarkan dari karekteristik tersebut:



## 1. Jenis Kelamin Sampel

Untuk mengetahui persentase dari jenis kelamin responden dapat dilihat pada gambar IV.2 di bawah ini:

**Gambar IV.2**  
**Persentase Jenis Kelamin Sampel**



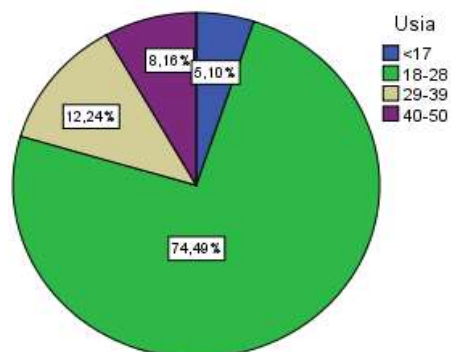
Sumber: Hasil Penelitian (data diolah 2018)

Berdasarkan gambar IV.2 di atas dapat dilihat responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 39 orang dengan persentase 38,78%. Sedangkan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 59 orang dengan persentase sebesar 61,22%.

## 2. Usia Sampel

Untuk mengetahui persentase dari usia responden dapat dilihat pada gambar IV.3 di bawah ini:

**Gambar IV.3**  
**Persentase Usia Sampel**

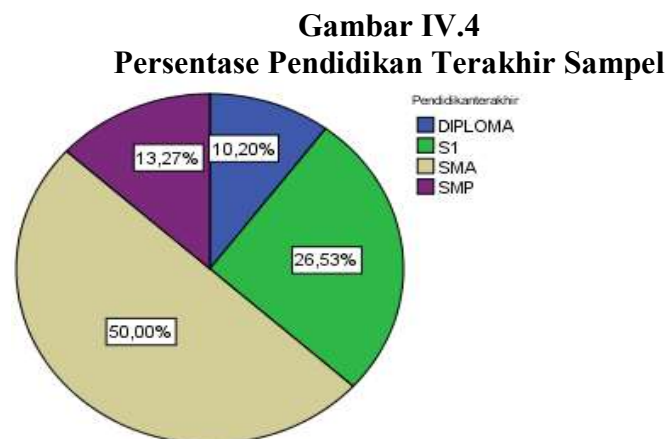


Sumber: Hasil Penelitian (data diolah 2018)

Berdasarkan gambar 4.2 di atas dapat dilihat responden yang berusia <17 tahun adalah persentase terendah 5,10% dengan jumlah 5 orang, diikuti responden berusia 40-50 tahun 8,16% dengan jumlah 8 orang, selanjutnya responden berusia 29-39 tahun dengan persentase 12,24% dengan jumlah 12 orang, responden yang berusia 18-28 tahun dengan persentase tertinggi 74,49% dengan jumlah responden 73 orang.

### 3. Pendidikan Terakhir Sampel

Untuk mengetahui persentase dari usia responden dapat dilihat pada gambar IV.4 di bawah ini:



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah 2018)

Berdasarkan gambar IV.4 di atas dapat dilihat responden yang berpendidikan terakhir SMA adalah persentase tertinggi yaitu 50,00% dengan jumlah 49 orang, pendidikan terakhir S1 dengan persentase 26,53% dengan jumlah 26 orang, pendidikan terakhir SMP sebesar 13,27% dengan jumlah responden sebesar 13 orang, dan pendidikan

terakhir DIPLOMA sebesar 10,20% dengan jumlah responden sebanyak 10 orang.

### C. Analisis Data

#### 1. Hasil Validitas dan Reliabilitas

##### a. Uji Validitas Variabel Kinerja dan Kepentingan

Validitas atau kesahihan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika item-item pertanyaan atau atribut mampu mengungkapkan suatu yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel seperti yang disajikan pada tabel berikut:

**Tabel IV.1**  
**Hasil Uji validitas Kinerja**

No Item Soal	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,417	Instrumen dikatakan valid jika $r$ hitung $>$ $r$ tabel dengan $n=98$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r$ tabel 0,1671	Valid
2	0,075		Tidak Valid
3	0,249		Valid
4	0,259		Valid
5	0,698		Valid
6	0,226		Valid
7	0,511		Valid
8	0,252		Valid
9	0,513		Valid
10	0,489		Valid
11	0,726		Valid
12	0,546		Valid
13	0,418		Valid
14	0,664		Valid

15	0,657		Valid
16	0,570		Valid
17	0,609		Valid
18	0,402		Valid
19	0,223		Valid
20	0,495		Valid
21	0,137		Tidak Valid
22	0,592		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah 2018)

Dari tabel IV.1 di atas diperoleh nilai korelasi antara skor item dengan skor total dilihat pada *corrected item/ total correlation* yang telah disajikan pada kolom r hitung. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel yang dicari pada signifikan 0,1 dengan jumlah (n) = 98, maka diperoleh r tabel sebesar 0,1671 (dilihat pada lampiran tabel nilai r *product moment*). Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai korelasi untuk tiap-tiap item nilainya di atas dari 0,1671. Maka dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut kecuali pada item 2 dan 21 dengan masing-masing nilai 0,074 dan 0,157 < 0,1671. Untuk analisis selanjutnya item soal yang dipakai hanya item soal yang valid saja.

**Tabel IV.2**  
**Hasil Uji Validitas Kepentingan**

No Item Soal	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,311	Instrumen dikatakan valid jika r hitung > r tabel dengan n=98 pada taraf signifikan 10%	Valid
2	0,077		Tidak Valid
3	0,530		Valid
4	0,700		Valid
5	0,734		Valid
6	0,578		Valid
7	0,412		Valid
8	0,394		Valid
9	0,703		Valid

10	0,643	sehingga diperoleh r tabel 0,1671	Valid
11	0,521		Valid
12	0,605		Valid
13	0,607		Valid
14	0,781		Valid
15	0,386		Valid
16	0,498		Valid
17	0,337		Valid
18	0,304		Valid
19	0,582		Valid
20	0,584		Valid
21	0,125		Tidak Valid
22	0,338		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah 2018)

Dari tabel IV.2 di atas diperoleh nilai korelasi antara skor item dengan skor total dilihat pada *corrected item/ total correlation* yang telah disajikan pada kolom r hitung. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel yang dicari pada signifikan 0,1 dengan jumlah (n) = 98, maka diperoleh r tabel sebesar 0,1671 (dilihat pada lampiran tabel nilai r *product moment*). Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai korelasi untuk tiap-tiap item nilainya di atas dari 0,1671. Maka dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut kecuali pada item 2 dan 21 dengan masing-masing nilai 0,063 dan 0,155 < 0,1671. Untuk analisis selanjutnya item soal yang dipakai hanya item soal yang valid saja.

#### **b. Uji Reliabilitas Variabel Kinerja dan Kepentingan**

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan hasil yang sama. Adapun hasil uji reliabilitas pada

indikator kepuasan dan kepentingan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel IV.3**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kinerja**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,836	20

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah 2018)

**Tabel IV.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,867	20

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah 2018)

Berdasarkan kedua tabel di atas, tabel IV.3 dan tabel IV.4 dapat dilihat hasil uji reliabilitas diperoleh *Cronbach's Alpha* untuk kinerja adalah 0,836 dan untuk kepentingan diperoleh hasil *Cronbach's Alpha* sebesar 0,867. Karena nilai *Cronbach's Alpha* dari kedua variabel lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa item-item instrumen penelitian adalah reliabel.

## 2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode statistik yang berusaha menjelaskan atau menggambarkan berbagai karakteristik data seperti nilai maksimum dan minimum, rata-rata dan seberapa jauh data-data tersebut bervariasi dan lain sebagainya. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari kuesioner yang telah disebarkan kepada pelanggan PT. Simtorex Mandiri Express, tentang analisis kualitas pelayanan PT. Simtorex Mandiri Express, maka pada bab ini penulis memaparkan

hasil penelitian serta analisisnya, berikut ini tabel hasil dari output analisis deskriptif kinerja/kepuasan dan kepentingan di bawah ini.

**Tabel IV.5**  
**Deskriptif Statistik**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepuasan	98	65	99	81,59	7,517
Kepentingan	98	65	103	88,53	7,775
Valid N (listwise)	98				

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah 2018)

Berdasarkan tabel IV.5 di atas dapat dilihat bahwa variabel kepuasan dengan jumlah data (N) sebanyak 98 mempunyai nilai *mean* sebesar 81,59 dengan nilai minimum 65 dan nilai maksimum 99 serta standar deviasinya sebesar 7,517. Variabel kepentingan dengan jumlah data (N) sebanyak 98 mempunyai nilai *mean* sebesar 88,53 dengan nilai minimum 65 dan nilai maksimum 103 serta standar deviasinya sebesar 7,775.

#### **D. Importance Performance Analysis (IPA)**

Untuk mengetahui hasil dari mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja/kepuasan yang diharapkan pelanggan, maka di bawah ini langkah untuk menghitung jumlah keseluruhan nilai kepuasan, kepentingan, dan rata-rata.

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan: Tki = tingkat kesesuaian responden

Xi = skor penilaian tingkat kinerja/kepuasan

Yi = skor penilaian kepentingan

$$X = \frac{\sum Xi}{n} \qquad X = \frac{7248}{98} = 73,95$$

$$Y = \frac{\sum Yi}{n} \qquad Y = \frac{7931}{98} = 80,92$$

$$X = \frac{\sum_{i=1}^N Xi}{K} \qquad X = \frac{74,24}{20} = 3,69$$

$$Y = \frac{\sum_{i=1}^N Yi}{K} \qquad Y = \frac{80,94}{20} = 4,04$$

**Tabel IV.6**  
**Nilai Rata-rata Kinerja dan Kepentingan Atribut**

No	Atribut	Jumlah Atribut Kinerja	Rata-rata	Jumlah Atribut Kepentingan	Rata-rata	Tingkat Kesesuaian (%)
1	Petugas memberikan pelayanan secara tepat	362	3,69	371	3,78	97,57
2	Taksi Simtorex selalu berangkat tepat waktu dari loket	407	4,15	420	4,28	96,90
3	Taksi Simtorex memberikan kenyamanan selama perjalanan	405	4,13	409	4,17	99,02
4	Petugas tidak pernah membuat catatan tiket perjalanan	352	3,59	375	3,83	93,86
5	Petugas tidak sigap dalam melayani pelanggan	388	3,96	423	4,31	91,72
6	Petugas dengan cepat melayani pelanggan	361	3,68	373	3,81	96,72
7	Kesediaan petugas dalam	390	3,98	407	4,15	95,82



	membantu pelanggan					
8	Petugas memberikan informasi yang jelas seputar perjalanan	360	3,67	374	3,81	96,25
9	Penanganan petugas melayani keluhan pelanggan	358	3,65	404	4,12	88,61
10	Taksi Simtorex menjamin keselamatan penumpang sampai tujuan	341	3,48	411	4,19	82,96
11	Taksi Simtorex menjamin supir sudah profesional	366	3,73	408	4,16	89,70
12	Petugas dapat menumbuhkan rasa percaya kepada Pelanggan	362	3,69	382	3,89	94,76
13	Tersedia jaminan barang yang disimpan di bagasi aman	323	3,29	380	3,87	85
14	Petugas selalu mengembalikan barang bawaan milik penumpang yang tertinggal di dalam taksi	368	3,75	408	4,16	90,19
15	Petugas mampu memahami kebutuhan Pelanggan	337	3,43	423	4,31	79,66
16	Petugas memperlakukannya	347	3,54	378	3,85	91,76

	pelanggan dengan penuh perhatian					
17	Petugas/supir taksi Simtorex selalu memberikan saran mengenai rute perjalanan yang terbaik bagi penumpang	399	4,07	426	4,34	93,66
18	Taksi Simtorex mempunyai ciri khas seperti gambar atau tulisan pada armada	367	3,74	389	3,96	94,34
19	Taksi Simtorex menyediakan video/musik untuk menghibur penumpang	324	3,3	369	3,76	87,80
20	Taksi Simtorex memberikan fasilitas WIFI (jaringan internet) pada armada	331	3,37	401	4,09	82,54

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah 2018)

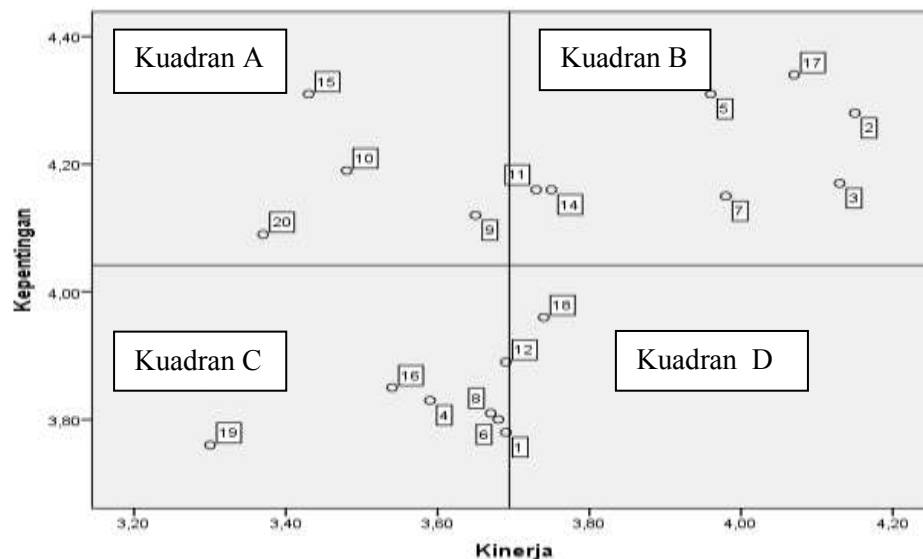
Dilihat pada tabel IV.6 di atas dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan pelanggan PT. Simtorex Mandiri Express dengan skor rata-rata tertinggi adalah Taksi Simtorex selalu berangkat tepat waktu dari loket, yaitu 4,15. Nilai ini berada di atas rata-rata tingkat kepuasan yaitu sebesar 3,31. Sedangkan atribut yang memiliki skor rata-rata terendah adalah Tersedia jaminan barang yang disimpan di bagasi aman, yaitu 3,29. Nilai ini berada di bawah rata-rata tingkat kepuasan.

Adapun tingkat kepentingan pelanggan PT. Simtorex Mandiri Express dengan skor rata-rata tertinggi adalah petugas/supir taksi Simtorex selalu memberikan saran mengenai rute perjalanan yang terbaik bagi penumpang, yaitu sebesar 4,34 nilai ini berada di atas angka rata-rata kepentingan pelanggan, yaitu 4,04. Sedangkan atribut yang memiliki rata-rata terendah adalah taksi Simtorex menyediakan video/musik untuk menghibur penumpang, yaitu 3,76. Nilai ini berada di bawah rata-rata tingkat kepentingan pelanggan.

Untuk mengetahui secara jelas penempatan atribut-atribut yang telah dianalisis, maka keseluruhan atribut akan dikelompokkan dalam empat kuadran. Dengan menggunakan diagram kartesius, dapat mengaitkan pentingnya atribut-atribut kepentingan dengan kepuasan yang dirasakan pelanggan. Adapun diagram kartesius dapat dilihat pada gambar di bawah ini sebagai berikut:

**Gambar IV.5**

**Hasil Diagram Kartesius Tingkat Kinerja dan Kepentingan**



Pada gambar diagram di atas, dapat dilihat bahwa semua atribut menyebar ke seluruh kuadran, yaitu kuadran A adalah (prioritas utama), kuadran B (pertahankan prestasi), kuadran C prioritas rendah dan kuadran D (berlebihan). Berikut ini adalah penjelasan yang berkenaan dengan setiap kuadran.

Kuadran A:

Ini adalah wilayah yang memuat faktor atau atribut yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya faktor atau atribut tersebut belum sesuai seperti yang diharapkan. Atribut yang masuk ke dalam kuadran ini harus ditingkatkan. Adapun atribut yang masuk ke dalam kuadran ini adalah:

1. Atribut nomor 9 penanganan petugas melayani keluhan pelanggan.
2. Atribut nomor 10 taksi Simtorex menjamin keselamatan penumpang sampai di tujuan.
3. Atribut nomor 15 petugas mampu memahami kebutuhan pelanggan.
4. Atribut nomor 20 adalah taksi Simtorex memberikan fasilitas WIFI (jaringan internet) pada armada.

Kuadran B :

Ini adalah wilayah yang memuat faktor atau atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif tinggi. Atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini harus tetap

dipertahankan karena semua atribut ini menjadi jasa unggul di mata pelanggan. Adapun atribut yang masuk ke dalam kuadran ini adalah:

1. Atribut nomor 2 taksi Simtorex selalu berangkat tepat waktu dari loket.
2. Atribut nomor 3 taksi Simtorex memberikan kenyamanan selama perjalanan.
3. Atribut nomor 5 petugas sigap dalam melayani pelanggan.
4. Atribut nomor 7 kesediaan petugas dalam membantu pelanggan.
5. Atribut nomor 11 taksi Simtorex menjamin supir sudah profesional
6. Atribut nomor 14 petugas selalu mengembalikan barang bawaan milik penumpang yang tertinggal di dalam taksi.
7. Atribut nomor 17 petugas/supir taksi Simtorex selalu memberikan rute perjalanan yang terbaik bagi penumpang.

Kuadran C :

Ini adalah wilayah yang memuat faktor atau atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil. Adapun atribut yang masuk ke dalam kuadran ini adalah:

1. Atribut nomor 1 petugas memberikan pelayanan secara tepat, dan
2. Atribut nomor 4 petugas tidak pernah membuat catatan tiket perjalanan.
3. Atribut nomor 6 petugas dengan cepat melayani pelanggan.

4. Atribut nomor 8 Petugas memberikan informasi yang jelas seputar perjalanan.
5. Atribut nomor 12 petugas dapat menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan.
6. Atribut nomor 13 tersedia jaminan barang yang disimpan di bagasi aman.
7. Atribut nomor 16 petugas memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian.
8. Atribut nomor 19 Taksi Simtorex menyediakan video/musik untuk menghibur penumpang.

Kuadran D:

Ini adalah wilayah yang memuat faktor atau atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya. Adapun atribut yang masuk ke dalam kuadran ini adalah atribut nomor 18 Taksi Simtorex mempunyai ciri khas seperti gambar atau tulisan pada armada.

Dari analisis kuadran di atas, dapat disimpulkan bahwa atribut-atribut yang memiliki kualitas pelayanan terletak pada kuadran yang berbeda-beda. Pada kuadran A terdapat atribut nomor 9 berasal dari dimensi keandalan (*reliability*), atribut nomor 10 dari dimensi jaminan (*assurance*), atribut nomor 15 dari dimensi empati (*empathy*), atribut nomor 20 berasal dari dimensi bukti fisik (*tangible*). Kuadran B terdapat 7

atribut, diantaranya atribut nomor 2 dan 3 dari dimensi keandalan (*reliability*), nomor 5 dan 7 dari dimensi ketanggapan (*responsiveness*), nomor 11 dan 14 berasal dari dimensi jaminan (*assurance*), nomor 17 dari dimensi empati (*empathy*). Selanjutnya kuadran C terdapat atribut nomor 1 dan nomor 4 berasal dari dimensi keandalan (*reliability*), nomor 6 dan 8 dari dimensi ketanggapan (*responsiveness*), nomor 12 dan 13 dari dimensi jaminan (*assurance*), nomor 16 dari dimensi empati (*empathy*), dan nomor 19 dari dimensi bukti fisik (*tangible*). Terakhir kuadran D terdapat atribut nomor 18 dari dimensi bukti fisik (*tangible*).

Berdasarkan pada tabel diketahui bahwa tidak ada tingkat kesesuaian yang nilainya mencapai 100% maka dari itu nilai kinerja PT. Simtorex Mandiri Express masih belum sesuai dengan harapan pelanggan. Akan tetapi secara umum kinerja PT. Simtorex Mandiri Express sudah relatif baik, dilihat dari nilai kesesuaian rata-rata di atas 70%. Tingkat kesesuaian tertinggi adalah pada atribut taksi Simtorex mempunyai ciri khas seperti gambar atau tulisan pada armada yaitu sebesar 99,48%. Sedangkan atribut dengan tingkat kesesuaian terendah adalah pada atribut petugas mampu memahami kebutuhan pelanggan dengan nilai sebesar 79,66.

#### **E. Hasil Pembahasan Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian bahwa kinerja PT. Simtorex Mandiri Express terhadap atribut kualitas pelayanan secara umum sudah memuaskan. Hal ini dilihat dari hasil *Importance Performance Analysis*

(IPA) yang menunjukkan bahwa terdapat 7 atribut yang berada pada kuadran B (pertahankan prestasi). Diantara keempat kuadran, kuadran B termasuk kuadran yang paling banyak atribut yang masuk di dalamnya. Ini adalah wilayah yang memuat atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dan sudah sesuai dengan yang diharapkan.

Berdasarkan hasil penelitian tingkat kesesuaian antara kinerja dengan harapan yang didapatkan sudah bisa dikatakan baik karena atribut ini adalah atribut yang memiliki tingkat kesesuaian tertinggi dari 20 atribut. Sedangkan atribut dengan tingkat kesesuaian terendah yang harus diperhatikan oleh PT. Simtorex Mandiri Express adalah pada atribut petugas mampu memahami kebutuhan pelanggan.

PT. Simtorex Mandiri Express harus memperhatikan atribut yang masuk ke dalam kuadran A. Karena ini adalah wilayah yang memuat faktor atau atribut yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya faktor atau atribut tersebut belum sesuai seperti yang diharapkan. Seperti petugas memberikan informasi yang jelas seputar perjalanan, taksi Simtorex menjamin keselamatan penumpang sampai di tujuan, petugas mampu memahami kebutuhan pelanggan dan taksi memberikan fasilitas WIFI (jaringan internet) pada armada. Oleh karena itu perusahaan harus berkonsentrasi dan memprioritaskan peningkatan kinerjanya pada atribut ini, agar sesuai dengan harapan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Simtorex Mandiri Express.



Secara umum kinerja PT. Simtorex Mandiri Express sudah relatif baik, dilihat dari nilai kesesuaian rata-rata di atas 70%. Sehingga tingkat kesesuaian tertinggi adalah pada dimensi bukti fisik (*tangible*) yaitu atribut taksi Simtorex mempunyai ciri khas seperti gambar atau tulisan pada armada yaitu sebesar 99,48%. Sedangkan atribut dengan tingkat kesesuaian terendah adalah pada atribut petugas mampu memahami kebutuhan pelanggan dengan nilai sebesar 79,66.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka peneliti mengambil kesimpulan yaitu:

1. Faktor kualitas layanan yang dianggap penting oleh pelanggan dengan menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu atribut yang masuk ke dalam kuadran A. PT. Simtorex Mandiri Express harus memperhatikan atribut yang masuk ke dalam kuadran ini. Karena ini adalah wilayah yang memuat faktor atau atribut yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya faktor atau atribut tersebut belum sesuai seperti yang diharapkan. Faktor yang harus diperhatikan adalah dimensi keandalan (*reliability*) yaitu petugas memberikan informasi yang jelas seputar perjalanan, dimensi jaminan (*assurance*) taksi Simtorex menjamin keselamatan penumpang sampai di tujuan, dimensi empati (*empathy*) petugas mampu memahami kebutuhan pelanggan dan dimensi bukti fisik (*tangible*) taksi memberikan fasilitas WIFI (jaringan internet) pada armada. Oleh karena itu perusahaan harus berkonsentrasi dan memprioritaskan peningkatan kinerjanya pada atribut ini, agar sesuai dengan harapan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Simtorex Mandiri Express.

2. gambaran kualitas pelayanan yang diberikan PT. Simtorex Mandiri Express yang dianggap penting oleh pelanggan yaitu dapat dilihat pada kuadran B. Kuadran B (pertahankan prestasi) ini adalah wilayah yang memuat faktor atau atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dan sudah sesuai dengan yang diharapkan. Dimana atribut tersebut adalah dari dimensi keandalan (*reliability*) yaitu taksi Simtorex selalu berangkat tepat waktu dari loket, Simtorex memberikan kenyamanan selama perjalanan. Dari dimensi ketanggapan (*responsiveness*) petugas sigap dalam melayani pelanggan dan kesediaan petugas dalam membantu pelanggan. Dimensi jaminan (*assurance*) yaitu taksi Simtorex menjamin supir sudah profesional dan petugas selalu mengembalikan barang bawaan milik penumpang yang tertinggal di dalam taksi. Dari dimensi empati (*empathy*) yaitu petugas/supir taksi Simtorex selalu memberikan rute perjalanan yang terbaik bagi penumpang.
3. Kualitas pelayanan jasa di PT. Simtorex Mandiri Express dilihat dari hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan bahwa semua atribut menyebar di seluruh kuadran yaitu terdapat 4 atribut yang masuk ke dalam kuadran A yang harus diperhatikan dan perlu ditingkatkan karena ini adalah atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dan kinerjanya masih kurang memuaskan. 7 atribut masuk ke kuadran B yang harus dipertahankan karena atribut ini adalah yang dianggap penting oleh pelanggan dan kinerjanya sudah memuaskan.

Atribut yang masuk kuadran C berjumlah 8 atribut dan kuadran D yaitu 1 atribut. Atribut ini perlu dipertimbangkan kembali peningkatan kinerja atribut, karena pengaruhnya terhadap yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.

## **B. Saran-saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti menyarankan beberapa hal, yaitu:

1. PT. Simtorex Mandiri Express sebaiknya lebih memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dan peningkatan pelayanan sebaiknya segera dilakukan agar pelanggan dapat merasa lebih puas akan pelayanan yang diberikan.
2. PT. Simtorex Mandiri Express harus mempertahankan dan senantiasa meningkatkan terus kinerja atribut-atribut kualitas pelayanan yang dianggap penting dan sudah memuaskan terutama yang berada pada kuadran B yang berjumlah 7 atribut, sehingga pelanggan merasa puas dan loyal terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.
3. PT. Simtorex Mandiri Express harus memperbaiki kinerja atribut-atribut kualitas pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan akan tetapi kinerjanya dianggap masih rendah terutama kuadran A yang berjumlah 4 atribut sehingga pelanggan tidak merasa kecewa dan mau kembali menggunakan jasa PT. Simtorex Mandiri Express.

4. PT. Simtorex Mandiri Express dapat melihat atribut yang perlu diperbaiki adalah pada kuadran C dan D. Perusahaan dapat melihat mana yang harus dikurangi ataupun dihilangkan karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil dan agar dapat menghemat biaya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, *Marketing bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013.
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Penelitian*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2011.
- Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis edisi 3*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Juliansyah Noor, *Metode Penelitian, Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah* Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011.
- Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, *Tafsir Ringkas Jilid 1*, Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2016.
- M. Mursid, *Manajemen Pemasaran Edisi 1 Cetakan Kelima*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Malayu S.P. *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009.
- Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Muhamad, *Metodologi Penelitian Islam, Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Nasution M. N., *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajemen)*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Nur Asnawi & Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN- Maliki Press, 2011.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 2*, Jakarta: PT Indeks, 2007.
- Rangkuti Freddy, *Measuring Customer Satisfaction : Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung: Alfabeta, 2012.

\_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung: CV. Alfabeta, 2009.

\_\_\_\_\_, *Statistik untuk Penelitian*, Bandung: CV. Alfabeta, 2001.

Suharsimi Arikunto, *Metodelogi Penelitian*, Yogyakarta: Bina Aksara, 2006.

Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.

Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.

**CURUCULUM VITAE**  
**(Daftar Riwayat Hidup)**

**DATA PRIBADI**

Nama : IRMAYANI  
Nim : 14402 00152  
Tempat/ tanggalahir : Simatorkis/ 21 Oktober 1996  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Anak Ke : 3 dari 5 bersaudara  
Alamat : Simatorkis, LK. 1 Kec. Angkola Barat Kab. Tapanuli  
Selatan  
Agama : Islam

**DATA ORANG TUA/WALI**

Nama Ayah : Antoni  
Pekerjaan : Petani/Pekebun  
Nama Ibu : Tiasni Siregar  
Pekerjaan : Petani/Pekebun  
Alamat : Simatorkis, LK. 1 Kec. Angkola Barat Kab. Tapanuli  
Selatan

**LATAR BELAKANG PENDIDIKAN**

Tahun 2002-2008 : SD Negeri 103220 Simatorkis  
Tahun 2008-2011 : MtsS YPKS (Yayasan Perguruan Karya Setia)  
Padangsidempuan  
Tahun 2011-2014 : SMA N 1 Angkola Barat  
Tahun 2014-2018 : Program Sarjana (Strata-1) Ekonomi Syari'ah IAIN  
Padangsidempuan





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Ht. Rizal Nurdin Km 4,5Sihitang, Padangsidempuan, 22733  
Telepon(0634) 22080 Faximile(0634) 24022

Nomor : B-19/ln.14/G.6a./PP.00.9/01/2018 17 Januari 2018  
Tempiran : -  
Perihal : *Pemohonan Kesediaan  
Menjadi Pembimbing Skripsi*

Bapak/Ibu  
Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si  
Rodame Monitorir Napitupulu, M.M

Tempat

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Yang hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian  
Pelayanan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Irmayani  
No : 14 402 00152  
Jurusan : Ekonomi Syariah MB-3  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul : Analisis Kualitas Pelayanan PT. Simtorex Mandiri Express

Untuk itu diharapkan kepada Bapak/Ibu menjadi Pembimbing Mahasiswa tersebut dalam  
penulisan proposal dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.


Demikian disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Mengetahui

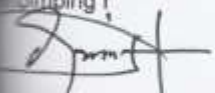
Men,

  
H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP. 19731128 200112 1 001

Ketua Jurusan  
  
Muhammad Isa, S.T., M.M  
NIP. 19800605 201101 1 003

**PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING**

Bersedia/Tidak Bersedia  
Pembimbing I

  
Darwis Harahap, S.H.I., M.Si  
NIP. 19780818 200901 1 015

Bersedia/Tidak Bersedia  
Pembimbing II

  
Rodame Monitorir Napitupulu, M.M



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 1212 /In.14/G.1/TL.00/09/2018

September 2018

Tempiran : -  
Perihal : Mohon Izin Riset

Tempiran PT. Simtorex Mandiri Express

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan menerangkan bahwa:

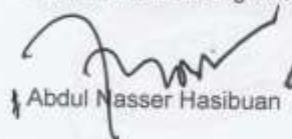
Nama : Irmayani  
NIM : 1440200152  
Semester : IX (Sembilan)  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

sebagai Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul " Analisis Kualitas Pelayanan PT. Simtorex Mandiri Express ".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan sesuai dengan maksud judul di atas.

Dengan demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

an.Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tempiran :  
Tempiran FEBI IAIN Padangsidempuan

PT. SIMTOREX MANDIRI EXPRESS  
**PT. SIMTOREX MANDIRI EXPRESS**

Jl. Merdeka Pusat, Batang Toru Kec. Batang Toru

Batang Toru, 01 Oktober 2018

Nomor :  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Riset

Kepada yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan  
Di  
Padangsidimpuan

Dengan hormat,

Menindaklanjuti surat saudara Nomor: 1212/In.14/G.1/TL.00/09/2018 pada tanggal 24 September 2018, perihal penerimaan mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan untuk melakukan Riset, bersama ini disampaikan bahwa kami bersedia menerima IRMAYANI untuk melaksanakan Riset di PT. Simtorex Mandiri Express.

Demikian isi surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Kepala Cabang PT. Simtorex Mandiri Express

**AMANSYAH SIREGAR**

## PT. SIMTOREX MANDIRI EXPRESS

Jl. Merdeka Pusat, Batang Toru Kec. Batang Toru

---

Batang Toru, 01 Oktober 2018

Nomor :

Lampiran :-

Perihal : Izin Riset

Kepada yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

Di

Padangsidempuan

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat saudara Nomor: 1212/In.14/G.1/TL.00/09/2018 pada tanggal 24 September 2018, perihal Mohon Izin Riset. Dengan ini kami menerangkan bahwa:

Nama : IRMAYANI

Nim : 14 402 00152

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

Nama tersebut di atas benar telah menyelesaikan penelitian (Riset) dengan judul **"Analisis Kualitas Pelayanan PT. Simtorex Mandiri Express"**.

Demikian kami sampaikan, surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Kepala Cabang PT. Simtorex Mandiri Express

  
**AMANSYAH SIREGAR**

## **A. DATA RESPONDEN**

1. Nama:
2. Jenis Kelamin
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
3. Usia
  - a. <17 tahun
  - b. 18-28 tahun
  - c. 29-39 tahun
  - d. 40-50 tahun
4. Pendidikan Terakhir
  - a. SMP
  - b. SMA
  - c. Diploma
  - d. S1

## **B. PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PENYEDIA JASA**

Petunjuk pengisian:

Peneliti menginginkan pendapat Bapak/Ibu, Saudara/i mengenai kualitas pelayanan PT. Simtorex Mandiri Express. Berilah tanda centang (√) pada pilihan jawaban Bapak/Ibu, Saudara/i pada kolom yang tersedia. Setiap pernyataan hanya boleh mencentang (√) satu jawaban pada kolom kepentingan dan kinerja.

### **Alternatif Jawaban:**

#### **Untuk Pengukuran Kinerja**

- 5 = Sangat Puas
- 4 = Puas
- 3 = Sedang/Biasa
- 2 = Tidak Puas
- 1 = Sangat Tidak Puas

#### **Untuk Penilaian Kepentingan**

- 5 = Sangat Penting
- 4 = Penting
- 3 = Sedang/Biasa
- 2 = Tidak Penting
- 1 = Sangat Tidak Penting

1. Penilaian terhadap tingkat kinerja layanan PT. Simtorex Mandiri Express.

No.	Pernyataan	Kinerja				
		Skor Penilaian				
		5	4	3	2	1
	<b>a. Keandalan (<i>Reliability</i>)</b>					
1	Petugas memberikan pelayanan secara tepat					
2	Petugas memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan					
3	Taksi Simtorex selalu berangkat tepat waktu dari loket					
4	Taksi Simtorex memberikan kenyamanan selama perjalanan					
5	Petugas tidak pernah membuat catatan tiket perjalanan					
	<b>b. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)</b>					
6	Petugas sigap dalam melayani pelanggan					
7	Petugas dengan cepat melayani pelanggan					
8	Kesediaan petugas dalam membantu pelanggan					
9	Petugas memberikan informasi yang jelas seputar perjalanan					
10	Penanganan petugas melayani keluhan pelanggan					
	<b>c. Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>					
11	Taksi Simtorex menjamin keselamatan penumpang sampai di tujuan					
12	Taksi Simtorex menjamin supir sudah profesional					
13	Petugas dapat menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan					
14	Tersedia jaminan barang yang disimpan di bagasi aman					
15	Petugas selalu mengembalikan barang bawaan milik penumpang yang tertinggal di dalam taksi					
	<b>d. Empati (<i>Empathy</i>)</b>					
16	Petugas mampu memahami kebutuhan pelanggan					
17	Petugas memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian					
18	Petugas/Supir taksi Simtorex selalu memberikan saran mengenai rute perjalanan yang baik bagi penumpang					
	<b>e. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)</b>					
19	Taksi Simtorex mempunyai ciri khas seperti gambar atau tulisan pada armada					
20	Taksi Simtorex menyediakan video/musik untuk menghibur penumpang					
21	Taksi Simtorex memperhatikan kerapian penampilan petugas					
22	Taksi Simtorex memberikan fasilitas WIFI (jaringan internet) pada armada					

2. Penilaian terhadap tingkat kepentingan layanan PT. Simtorex Mandiri Express.

No.	Pernyataan	Kepentingan				
		Skor Penilaian				
		5	4	3	2	1
	<b>a. Keandalan (<i>Reliability</i>)</b>					
1	Petugas memberikan pelayanan secara tepat					
2	Petugas memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan					
3	Taksi Simtorex selalu berangkat tepat waktu dari loket					
4	Taksi Simtorex memberikan kenyamanan selama perjalanan					
5	Petugas tidak pernah membuat catatan tiket perjalanan					
	<b>b. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)</b>					
6	Petugas sigap dalam melayani pelanggan					
7	Petugas dengan cepat melayani pelanggan					
8	Kesediaan petugas dalam membantu pelanggan					
9	Petugas memberikan informasi yang jelas seputar perjalanan					
10	Penanganan petugas melayani keluhan pelanggan					
	<b>c. Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>					
11	Taksi Simtorex menjamin keselamatan penumpang sampai di tujuan					
12	Taksi Simtorex menjamin supir sudah profesional					
13	Petugas dapat menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan					
14	Tersedia jaminan barang yang disimpan di bagasi aman					
15	Petugas selalu mengembalikan barang bawaan milik penumpang yang tertinggal di dalam taksi					
	<b>d. Empati (<i>Empathy</i>)</b>					
16	Petugas mampu memahami kebutuhan pelanggan					
17	Petugas memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian					
18	Petugas/Supir taksi Simtorex selalu memberikan saran mengenai rute perjalanan yang baik bagi penumpang					
	<b>e. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)</b>					
19	Taksi Simtorex mempunyai ciri khas seperti gambar atau tulisan pada armada					
20	Taksi Simtorex menyediakan video/musik untuk menghibur penumpang					
21	Taksi Simtorex memperhatikan kerapian penampilan petugas					
22	Taksi Simtorex memberikan fasilitas WIFI (jaringan internet) pada armada					

Lampiran 3

Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Tingkat Kinerja

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	Total	
1	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90	
2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90
3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	87
4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	90
5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
6	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	91
7	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	3	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	3	99
8	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	3	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	96
9	4	4	5	5	4	4	5	5	3	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	98
10	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
12	4	5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	77
13	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	5	4	3	4	3	3	84
14	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	87
15	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	78
16	3	5	4	1	2	5	5	3	2	4	4	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	4	4	70
17	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	84
18	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	5	4	2	4	3	3	80
19	4	5	5	4	4	4	4	5	3	5	4	3	3	3	3	4	3	5	5	4	4	4	4	88
20	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	3	3	83
21	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	97



22	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	3	5	3	84
23	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	89
24	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	92
25	3	4	3	3	2	4	3	4	3	4	3	3	4	2	3	2	1	4	2	3	4	3	67
26	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	84
27	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	5	5	4	3	3	3	81
28	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	91
29	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	2	4	4	86
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	87
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
32	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	78
33	4	4	5	5	3	5	4	4	4	3	2	4	4	3	4	1	4	4	4	1	3	2	77
34	3	3	4	4	3	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	86
35	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	87
36	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	88
37	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	84
38	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	3	4	2	4	4	3	2	75
39	4	3	4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	84
40	3	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	1	2	4	4	3	4	5	4	3	4	84
41	3	4	3	3	5	5	4	5	3	3	3	3	5	4	3	5	4	3	5	4	2	3	82
42	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	89
43	3	5	4	4	5	5	4	3	4	2	4	4	2	3	4	4	3	5	1	2	5	4	80
44	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	77
45	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	84
46	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	93

47	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	5	3	73
48	2	5	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	2	4	3	4	5	4	2	5	3	78
49	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	83
50	4	3	4	4	3	4	1	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	5	4	2	4	3	76
51	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4	3	4	2	4	4	3	3	3	3	76
52	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	83
53	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	3	3	3	80
54	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	3	2	3	81
55	3	4	4	4	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	1	4	4	3	3	4	3	71
56	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	5	3	3	3	4	85
57	4	5	5	5	4	4	2	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	1	3	79
58	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	4	2	4	4	3	2	3	3	74
59	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	4	3	2	4	3	4	4	3	2	3	2	73
60	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	3	1	4	2	2	4	4	2	2	2	67
61	4	5	4	5	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	2	4	4	4	2	2	3	78
62	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	2	4	4	2	4	2	1	4	4	2	4	2	69
63	2	4	4	4	3	4	3	4	2	3	2	2	4	2	2	1	1	4	4	4	4	2	65
64	2	5	4	4	3	4	3	4	2	3	3	2	3	2	2	4	1	3	5	3	4	3	69
65	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	87
66	4	4	4	5	3	4	3	4	2	4	2	2	3	3	2	4	1	4	4	2	3	2	69
67	4	4	4	4	3	5	3	4	2	3	3	2	4	4	2	4	2	2	5	3	2	3	72
68	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	83
69	4	3	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5	3	4	2	3	81
70	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	76
71	4	5	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	1	4	77

72	4	4	4	5	5	2	3	3	5	4	4	5	5	5	5	4	3	3	5	4	2	4	88	
73	4	5	4	5	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	5	3	4	4	4	1	2	4	78
74	2	4	4	4	3	4	3	4	2	3	4	2	3	3	2	4	3	3	4	2	1	4	68	
75	4	4	5	5	3	5	4	4	2	4	2	2	4	4	2	4	1	4	4	4	5	3	2	77
76	3	3	4	4	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	2	3	4	91	
77	3	4	5	5	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	4	1	3	3	75	
78	4	5	4	4	3	3	3	4	2	4	3	2	4	4	2	4	1	2	5	2	2	3	70	
79	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	5	2	2	3	71	
80	4	4	4	5	3	4	3	4	2	4	4	2	4	4	2	4	3	3	4	2	4	4	77	
81	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	1	4	84	
82	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	3	90	
83	4	4	5	4	5	4	4	5	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	83
84	5	5	4	4	3	2	3	4	4	3	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4	1	4	80	
85	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	4	3	1	4	2	3	4	4	4	5	3	2	73
86	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	2	4	3	2	4	2	4	4	4	4	5	4	2	76
87	4	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	1	4	89
88	3	5	5	4	3	3	4	5	4	2	4	4	3	1	4	1	4	4	4	4	3	4	4	78
89	4	3	5	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3	3	80
90	4	3	5	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3	3	80
91	2	4	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	5	4	4	4	2	4	82
92	4	3	5	5	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	3	92
93	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	2	4	84	
94	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	2	3	4	4	4	3	4	3	79
95	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	5	1	5	86	
96	4	3	5	5	3	3	3	4	4	3	2	4	4	2	4	1	3	4	4	4	3	2	2	72

97	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3	4	3	2	4	3	4	4	4	4	5	4	2	81
98	4	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	1	2	4	4	2	4	3	75	
Total	362	406	407	405	352	388	361	390	360	358	341	366	362	323	368	337	347	399	389	324	314	331			
Rata-rata	3,69	4,1	4,2	4,13	3,59	4	3,68	4	3,67	3,65	3,48	3,73	3,69	3,3	3,76	3,44	3,54	4,07	3,96	3,31	3,20	3,37			

### Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Tingkat Kepentingan

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	Total
1	4	5	4	4	3	3	3	3	4	3	3	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	81
2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	88
3	5	4	4	3	2	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	85
4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	81
5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	101
6	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	102
7	4	4	4	4	4	4	3	5	3	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	93
8	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	93

9	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	92	
10	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	87
11	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	83	
12	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	87	
13	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	
14	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	85	
15	4	4	4	4	4	4	2	5	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	4	84	
16	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89	
17	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	3	4	84	
18	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	5	5	3	3	3	4	81	
19	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	84	
20	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	3	3	4	4	85	
21	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	92	
22	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	3	100	
23	4	5	5	4	4	3	4	5	3	3	4	3	3	3	5	5	5	3	3	3	4	4	85	
24	1	4	3	2	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	5	3	3	3	4	73	
25	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	3	3	4	4	82	
26	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	5	3	3	3	4	81	
27	3	3	4	3	3	4	2	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	3	3	78	
28	3	5	5	4	4	5	2	3	4	3	5	3	3	4	3	4	5	4	4	5	4	4	86	
29	3	3	5	4	2	3	4	5	3	5	5	5	4	3	5	3	2	2	3	3	4	4	80	
30	3	5	2	1	1	2	4	4	2	3	3	3	4	2	4	3	2	3	4	4	4	3	66	
31	4	4	5	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	5	5	5	2	2	4	3	82	
32	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	3	3	90	
33	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	84	

34	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	75
35	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	81
36	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	2	2	4	3	79
37	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	3	4	83
38	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	93
39	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	71
40	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	78
41	5	5	4	4	4	5	3	4	2	5	4	5	3	2	4	4	5	4	4	4	4	4	88
42	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	90
43	4	4	3	3	4	4	3	4	4	2	3	2	2	4	4	4	4	5	5	5	3	5	81
44	3	4	5	3	4	5	4	3	2	2	2	2	3	2	3	4	5	3	2	2	3	5	71
45	4	5	4	4	4	4	4	5	3	5	3	5	4	3	5	3	3	4	5	5	4	3	89
46	4	4	5	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	82
47	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	3	5	86
48	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	3	5	95
49	5	4	4	5	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	92
50	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	96
51	3	4	4	4	2	4	2	4	2	3	4	3	3	2	4	4	2	4	2	2	3	4	69
52	4	4	4	4	3	4	2	4	3	3	4	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	4	75
53	4	5	4	4	3	4	4	4	3	5	5	5	4	3	4	2	3	3	4	4	3	4	84
54	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	2	4	2	2	1	4	71
55	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	89
56	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	5	3	4	3	4	5	3	5	3	3	3	4	79
57	3	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	3	5	4	4	2	4	95
58	4	5	5	5	4	5	3	4	3	4	5	4	5	4	4	5	3	5	5	5	3	4	94

59	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	3	4	96
60	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	4	2	5	97
61	4	4	5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3	5	4	4	3	4	94
62	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	96
63	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	2	5	95
64	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	5	90
65	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	96
66	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	2	2	3	4	77
67	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	5	98
68	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3	5	4	4	3	5	97
69	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	3	5	4	4	2	5	97
70	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	2	4	4	4	4	4	95
71	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	98
72	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	4	5	4	5	4	5	4	4	2	4	92
73	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	5	5	2	5	95
74	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	2	2	5	4	96
75	4	4	5	5	3	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	94
76	4	3	5	4	4	5	2	4	5	4	5	4	4	5	4	5	3	5	5	5	3	5	93
77	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	5	95
78	4	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	3	5	4	4	4	5	97
79	5	5	3	4	3	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	3	5	4	2	2	4	3	89
80	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	88
81	4	4	4	4	3	5	5	4	1	3	5	3	4	1	4	5	5	5	1	1	4	4	79
82	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5	5	3	5	4	4	3	5	95
83	4	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	2	4	98

84	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	3	5	5	3	5	5	5	2	5	95
85	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	99
86	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	90
87	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	5	96
88	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3	5	5	5	2	5	97
89	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	97
90	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	3	5	4	4	5	5	4	4	3	3	3	3	90
91	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	88
92	4	5	5	5	4	4	2	4	5	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	91
93	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	87
94	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	90
95	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	101
96	3	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	2	2	5	4	95
97	4	4	4	4	5	4	3	3	5	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	87
98	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	94
Total	371	410	420	409	375	423	373	407	374	404	411	408	382	380	408	423	378	426	367	369	333	401	
Rata-rata	3,78	4,18	4,28	4,17	3,83	4,3	3,80	4,15	3,81	4,12	4,19	4,16	3,89	3,87	4,16	4,31	3,85	4,34	3,74	3,76	3,39	4,09	



Lampiran 4

Hasil Uji Validitas Terhadap Tingkat Kinerja

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	Total
P1 Pearson Correlation	1	,057	,193	,324*	,268*	-	,031	,140	,228*	,237*	,213*	,229*	,307*	,352*	,302*	,133	,170	,128	-,023	,153	-	,114	,417**
P1 Sig. (2-tailed)		,580	,057	,001	,008	,039	,760	,168	,024	,019	,036	,023	,002	,000	,003	,191	,094	,209	,822	,134	,893	,262	,000
P1 N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P2 Pearson Correlation	,057	1	,084	-,047	,079	,013	,155	,009	-,201*	-,053	,233*	-,168	-,235*	-,053	-,169	,031	,041	-,021	-,091	-,072	,066	,167	,075
P2 Sig. (2-tailed)	,580		,409	,647	,441	,898	,127	,928	,047	,601	,021	,099	,020	,601	,096	,765	,690	,837	,375	,482	,521	,099	,461
P2 N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P3 Pearson Correlation	,193	,084	1	,447*	,278*	-,010	,018	,088	,065	,124	,093	,081	,074	,051	,123	-,011	,018	,098	,044	,048	-	,060	,249*
P3 Sig. (2-tailed)	,057	,409		,000	,006	,919	,857	,389	,522	,225	,363	,428	,469	,615	,227	,912	,863	,339	,669	,641	,707	,558	,013
P3 N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P4 Pearson Correlation	,324*	-,047	,447*	1	,242*	-,126	-,145	,139	,180	,139	,016	,127	,121	,157	,184	,022	,050	,214*	,138	-,017	-	,024	,259*
P4 Sig. (2-tailed)	,001	,647	,000		,016	,216	,153	,172	,076	,173	,876	,214	,234	,122	,069	,833	,622	,035	,175	,871	,094	,815	,010
P4 N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P5 Pearson Correlation	,268*	,079	,278*	,242*	1	,143	,237*	,060	,311**	,277**	,441**	,300**	,282*	,502*	,420*	,468*	,366*	,158	,167	,387*	,056	,352*	,698**
P5 Sig. (2-tailed)	,008	,441	,006	,016		,161	,019	,559	,002	,006	,000	,003	,005	,000	,000	,000	,000	,120	,100	,000	,585	,000	,000













P13	Pearson Correlation	,120	,050	,283*	,339*	,376*	,260*	,313*	,205*	,337*	,454*	,370*	,459*	1	,466*	,214*	,296*	,137	,058	,307**	,305*	,251*	-,025	,607*
	Sig. (2-tailed)	,241	,624	,005	,001	,000	,010	,002	,043	,001	,000	,000	,000		,000	,034	,003	,177	,570	,002	,002	,013	,808	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P14	Pearson Correlation	,094	-,035	,361*	,560*	,625*	,417*	,218*	,176	,914*	,439*	,370*	,443*	,466*	1	,183	,361*	,068	,237*	,464**	,471*	,080	,248*	,781*
	Sig. (2-tailed)	,359	,732	,000	,000	,000	,000	,031	,084	,000	,000	,000	,000	,000		,071	,000	,503	,019	,000	,000	,436	,014	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P15	Pearson Correlation	,228*	,111	,153	,190	,149	,032	,232*	,980*	,069	,239*	,150	,217*	,214*	,183	1	,127	,055	,014	,165	,155	,093	-,014	,386*
	Sig. (2-tailed)	,024	,278	,134	,061	,143	,756	,022	,000	,503	,018	,139	,032	,034	,071		,213	,591	,891	,104	,128	,363	,889	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P16	Pearson Correlation	-,007	-,210*	,523*	,451*	,416*	,465*	,259*	,133	,328*	,139	,254*	,109	,296*	,361*	,127	1	,116	,428*	,139	,125	-,103	,187	,498*
	Sig. (2-tailed)	,943	,038	,000	,000	,000	,000	,010	,190	,001	,173	,011	,283	,003	,000	,213		,254	,000	,172	,218	,314	,065	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P17	Pearson Correlation	,167	,093	,077	,093	,400*	,161	,094	,074	,032	,129	,133	,104	,137	,068	,055	,116	1	,120	,045	,061	,310**	,022	,337*
	Sig. (2-tailed)	,100	,363	,448	,362	,000	,114	,358	,472	,756	,206	,191	,308	,177	,503	,591	,254		,240	,660	,553	,002	,830	,001
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
P18	Pearson Correlation	-,034	-,269*	,082	,268*	,205*	,376*	,043	,024	,225*	,061	,255*	,031	,058	,237*	,014	,428*	,120	1	,130	,100	-,251*	,241*	,304*







Lampiran 5

**Hasil Uji Reliabilitas Kinerja**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,836	20

**Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,867	20

Dokumentasi









