BAB 4

Pengumpulan dan Pengolahan Data

4.1. Pengumpulan Data

4.1.1. Latar Belakang Perusahaan

Berawal dari ingin mengakomodir kawan sejawat untuk pulang di masa liburan sekelompok mahasiswa memulai suatu bisnis jasa angkutan yang semakin lama semakin menjanjikan, hingga pada akhirnya sebuah perusahaan jasa travel yang di beri nama CV. CITRA TIARA TRANS resmi berdiri pada tahun 2005 pada bulan Agustus dimana lokasi awal perusahaan ini di Jakarta dan pada tahun 2006 berpindah ke Bandung tepatnya di Jl. Dipati Ukur No. 53, lokasi yang sangat strategis dimana lokasi tersebut merupakan wilayah perkampusan dan termasuk wilayah yang sangat strategis diwilayah bandung dalam menjalankan bisnis jasa travel.

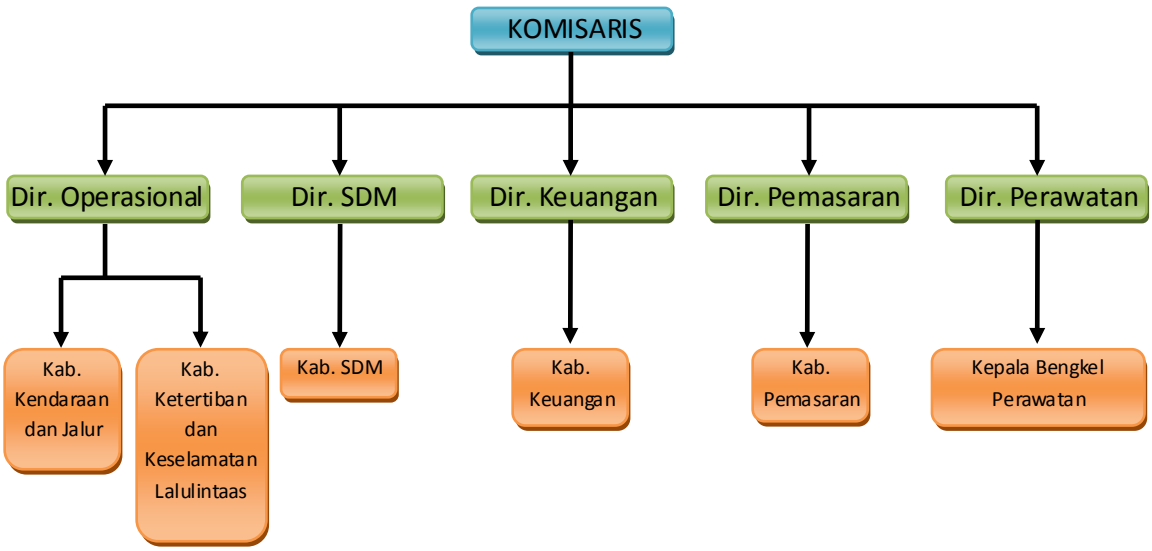
CV. CITRA TIARA TRANS atau yang lebih dikenal dengan nama CITI TRANS mempunyai karakter perusahaan jasa yang memberikan pelayanan yang berbeda yaitu pelayanan yang eksklusif dalam artian kelas menengah keatas dan mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan perusahaan jasa travel yang lainnya, beberapa kelebihan yang dimiliki CITI TRANS adalah merupakan pelopor travel dengan susunan tempat duduk *single sheet*, Unit GPS pada setiap kendaraan agar setiap kendaraan dapat terpantau segala informasinya dengan jelas serta mempunyai komitmen dalam hal ganti rugi apabila terdapat keluhan.

Target pasar CITI TRANS adalah golongan menengah keatas dapat dilihat dari pelayanan yang ditawarkan merupakan pelayanan yang eksklusif, motto

perusahaan ini adalah "*Executive Shuttle*" yang menganut pelayanan perjalanan dengan formasi tempat duduk single sheet yang memberikan kesan eksklusif dan nyaman serta sangat menjunjung tinggi waktu keberangkatan, selalu diusahakan *ontime* dalam melakukan perjalanan karena perusahaan CITI TRANS ini sangat fokus kepada kualitas pelayanan serta konsekuen dengan slogan atau motto yang ada.

Bisnis yang semakin lama semakin meningkat dapat dilihat dari jumlah pelanggan dari tahun 2007 yang mencapai rata-rata penumpang sebanyak 20.000 dan terus meningkat hingga pada tahun 2010 jumlah rata-rata penumpang berjumlah 38.000.

4.1.2. Struktur Organisasi



Gambar 4.6. Struktur Organisasi CITI TRANS.

4.1.2.1. Deskripsi Jabatan

1. Komisaris

   Merupakan pengawas sekaligus pemilik dari CV. CITI TIARA TRANS yang terdiri dari beberapa orang yag bertugas sebagai pengawas serta pengambil kebijakan dalam perusahaan ini serta pemberi nasehat kepada tiap-tiap direktur.

2. Direktur Operasional

   Bertugas membawahi dua Kepala Bagian kendaraan dan jalur serta ketertiban dan keselamatan lalulintas. Bertugas mengambil kebijakan dalam hal pengusulan penambahan kendaraan serta penambahan jalur dan mengawasi ketertiban serta keselamatan lalulintas yang ditekankan kepada para *Driver*.

3. Direktur Sumber Daya Manusia (SDM)

   Membawahi Kepala Bagian SDM, bertugas untuk merekrut pegawai baru serta melakukan training kepada karyawan secara rutin dan terprogram, juga bertugas sebagai bagian yang sangat peka terhadap masukan dari para pelanggan yang nantinya akan di beritahukan dan diarahkan kepada para karyawan (rapat rutin) sehingga terjadinya hubungan relasi yang baik antara pelanggan dengan perusahaan.

4. Direktur Keuangan

   Membawahi Kepala Bagian Keuangan, bertugas mengatur masuk keluarnya uang pada perusahaan serta memberikan segala laporan kepada Komisaris tentang perkembangan keuangan perusahaan.

5. Direktur Pemasaran

   Membawahi Kepala Bagian Pemasaran, bertugas melakukan promosi kepada para pelanggan, melakukan hal-hal kreatif dan inovatif dalam menarik perhatian pelnggan serta menjalin hubungan kerjasama antara perusahaan dalam program diskon.

6. Direktur Perawatan

   Membawahi Kepala Bengkel dan Perawatan bertugas untuk melakukan perawatan kendaraan secara rutin, memeriksa segala kelengkapan kendaraan serta mengecek kelayakan kendaraan sebelum keberangkatan.

7. Kepala Bagian Kendaraan dan Jalur

   Membantu Direktur Operetional dalam bidang kendaraan dan jalur.

8. Kepala Bagian Ketertiban dan Keselamatan Lalulintas

   Membantu Direktur Operetional dalam bidang ketertiban dan keselamatan lalulintas.

9. Kepala Bagian Keuangan

   Membantu Direktur Keuangan dalam melaksanakan tugasnya.

10. Kepala Bagian Keuangan

    Membantu Direktur Keuangan dalam melaksanakan tugasnya.

11. Kepala Bagian Marketing

    Membantu Direktur Marketing dalam melaksanakan tugasnya.

12. Kepala Bengkel Perawatan

    Membantu Direktur Perawatan dalam melaksanakan tugasnya.

4.1.3. Penyusunan Kuesioner

Berikut merupakan tabel yang berisikan kuesioner mengenai bauran pemasaran jasa yang sedang diteliti.

Tabel 4.4. Kuesioner Bauran Pemasaran Jasa

Klasifikasi	No.	Pertanyaan	Tingkat Kepentingan					Kondisi yang Ada				
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
			tp	kp	cp	p	sp	tb	kb	cb	b	sb
Produk	1	Bagaimana menurut anda jenis kendaraan yang digunakan pada CITI TRANS ?										
	2	Bagaimana menurut anda keberadaan sabuk pengaman pada kendaraan ?										
	3	Bagaimana menurut anda susunan kursi pada kendaraan CITI TRANS ?										
	4	Bagaimana menurut anda kelayakan kursi pada kendaraan CITI TRANS ?										
	5	Bagaimana menurut anda kenyamanan selama berada diperjalanan ?										
	6	Bagaimana menurut anda kualitas AC pada kendaraan CITI TRANS ?										

	7	Bagaimana menurut anda rute yang ada pada CITI TRANS ?										
	8	Bagaimana menurut anda ketepatan waktu keberangkatan pada CITI TRANS ?										
Tempat	**9**	Bagaimana menurut anda pemilihan lokasi CITI TRANS cabang Bandung, Dipatiukur ?										
Promosi	**10**	Bagaimana menurut anda pemberian informasi (iklan) pada CITI TRANS cabang Bandung, Dipatiukur ?										
	11	Bagaimana menurut anda pengadaan *Friendship Card* ?										
	12	Bagaimana menurut anda pengadaan diskon tertentu pada jasa travel (diskon mahasiswa dan manula) ?										
Harga	**13**	Bagaimana menurut anda tarif yang diberikan CITI TRANS ?										
Orang (karyawan)	**14**	Bagaimana menurut anda kualitas pelayanan *call center* pada CITI TRANS ?										
	15	Bagaimana menurut anda kualitas pelayanan pemesanan tiket pada CITI TRANS cabang Bandung, Dipatiukur ?										
	16	Bagaimana menurut anda kualitas pelayanan pembelian tiket pada CITI TRANS cabang Bandung, Dipatiukur ?										
	17	Bagaimana menurut anda kelayakan *Driver* dari segi umur pada CITI TRANS ?										
	18	Bagaimana menurut anda kelayakan *Driver* dari segi kesopanan pada CITI TRANS ?										
	19	Bagaimana menurut anda kelayakan *Driver* dari segi tatatertib berkendara pada CITI TRANS ?										
Bukti Fisik (Fasilitas Pendukung)	**20**	Bagaimana menurut anda ruang tunggu yang ada pada CITI TRANS cabang Bandung, Dipatiukur?										
	21	Bagaimana menurut anda fasilitas parkir yang ada pada CITI TRANS cabang Bandung, Dipatiukur ?										

	22	Bagaimana menurut anda kondisi toilet yang ada pada CITI TRANS cabang Bandung, Dipatiukur ?										
	23	Bagaimana menurut anda kondisi musholah yang ada pada CITI TRANS cabang Bandung, Dipatiukur ?										
	24	Bagaimana menurut anda keseragaman pakaian yang dikenakan oleh pegawai CITI TRANS cabang Bandung, Dipatiukur ?										
	25	Bagaimana menurut anda kualitas fasilitas kantin yang ada pada CITI TRANS cabang Bandung, Dipatiukur ?										
Proses	**26**	Bagaimana menurut anda proses administrasi pada CITI TRANS cabang Bandung, Dipatiukur ?										

4.1.4. Penentuan Responden dan Jumlah Responden

Responden merupakan Para penumpang yang sedang menunggu keberangkatan diruang tunggu **CV. CITRA TIARA TRANS** Jl. Dipati Ukur No. 53. Untuk jumlah responden didapatkan dengan rumus slovin dan didapatkan jumlah sebanyak 100 responden akan dijelaskan pada sub bab 4.2.1 dibawah.

4.2. Pengolahan Data

4.2.1. Data Responden

Penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan dalam meraih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan yag diambil dalam sampling ini sebesar 10%).

Dengan menggunakan rumus tersebut, maka ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{38000}{(1+38000(0{,}1^2))}$$

$$n = \frac{38000}{(1+38000(0{,}01))}$$

$$n = \frac{38000}{381}$$

n = 99.73753

Jadi dapat diketahui dari perhitungan untuk ukuran sampel dengan tingkat kesalahan sebesar 10% adalah sebanyak 99.73753 responden dengan demikian dibulatkan menjadi 100 responden (angka 38000 merupakan data rata-rata penumpang perbulan tahun terakhir, yaitu tahun 2010).

Berikut adalah data responden yang telah diklasifikasikan berdasarkan:

A. Usia

Tabel 4.5. Klasifikasi Berdasarkan Usia.

Klasifikasi Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase
15-19	14	14%
19-25	48	48%
26-35	26	26%
Diatas 36	12	12%
Total	**100**	**100%**

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa kebanyakan responden berasal dari kalangan 19 – 25 tahun yang mencapai angka 48% dari populasi, selanjutnya kalangan 26 – 35 tahun yang mencapai 26%, kalangan 15 – 19 tahun yang mencapai 14% dan diatas 36 tahun yang mencapai 12% dari populasi.

B. Jenis Kelamin

Tabel 4.6. Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin.

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	53	53%
Perempuan	46	46%
Total	**100**	**100%**

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa responden berjenis kelamin laki-laki lebih banyak yaitu dengan persentase sebesar 53% dari populasi, namun dapat dikatakan seimbang karena tidak terlalu signifikan.

C. Pekerjaan

Tabel 4.7. Klasifikasi Berdasarkan Pekerjaan.

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa	50	50%
Wiraswasta	7	7%
Pegawai Swasta	27	27%
Pegawai Negri	8	8%
Lain-Lain	8	8%
Total	**100**	**100%**

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa kebanyakan responden berasal dari kalangan mahasiswa yang mencapai setengah dari populasi yaitu 50%, yang diikuti pegawai swasta yang mencapai angka 27% selanjutnya pegawai negri dan data pekerjaan lain-lain (diantaranya: *Freelance*, IRT, Model, Artist, Eo, Tatois) yang masing-masing mencapai 8% serta yang paling akhir adalah wiraswasta yang mencapai angka 7% dari populasi.

D. Lama Menjadi Pelanggan CITI TRANS

Tabel 4.8. Klasifikasi Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan.

Lama Menjadi Pelanggan Citi Trans	Jumlah	Persentase
Kurang dari 1 tahun	38	38%
1 - 2 tahun	23	23%
2 - 3 tahun	28	28%
Lebih dari 3 tahun	11	11%
Total	**100**	**100%**

Dari data tabel diatas dapat kita lihat bahwa kebanyakan responden tergolong dalam kategori Kurang dari 1 tahun yang mencapai angka 38%, selanjutnya diikuti oleh kategori 2 – 3 tahun yang mencapai 28%, kategori 1 – 2 tahun 23% dan yang paling treakhir yaitu yang termasuk kategori Lebih dari 3 tahun dengan nilai 11% dari populasi.

E. Frekuensi Penggunaan Jasa Travel CITITRANS dalam 1 bulan

Tabel 4.9. Klasifikasi Berdasarkan Frekuensi Penggunaan jasa.

Frekuensi	Jumlah	Persentase
Kurang dari 3 kali	53	53%
3 - 5 kali	29	29%
5 - 10 kali	16	16%
Lebih dari 10 kali	2	2%
Total	**100**	**100%**

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa kebanyakan responden manggunakan jasa travel CITI TRANS kurang dari 3 kali yaitu sebanyak 53% dari populasi, selanjutnya 3 – 5 kali sebanyak 29% dari populasi, 5 – 10 kali sebanyak 16% dari populasi dan yang terakhir lebih dari 10 kali sebanyak 2% dari populasi.

4.2.2. Data Harapan Pelanggan dan Kondisi Pelayanan Jasa Yang Ada

Berikut adalah tabel akumulasi data pelanggan mengenai harapan dan kondisi yang dirasakan:

Tabel 4.10. Data Harapan Pelanggan dan Kondisi Pelayanan Jasa Yang Ada.

Nomor Pertanyaan	Klasikfikasi Pertanyaan	Nilai Kondisi Yang Dirasa	Nilai Harapan Pelanggan
1	Produk	411	447
2		384	434
3		417	443
4		406	450
5		389	455
6		396	434
7		361	438
8		405	459
9	Tempat	387	438
10	Promosi	327	395
11		334	366
12		313	430
13	Harga	349	419
14	Orang (karyawan)	362	436
15		390	438
16		400	440
17		382	434
18		372	434
19		354	448
20	Bukti Fisik (Fasilitas Pendukung)	397	447
21		251	422
22		237	437
23		253	427
24		362	363
25		310	377
26	Proses	372	424

4.2.3. Uji Validitas Dan Reliabilitas Data

Agar data yang diteliti dapat dikategorikan sebagai data yang tepat dan dapat dipercaya sebelum diolah terlebih dahulu melakukan uji validitas dan reliabilitas data, berikut adalah hasil perhitungan kedua uji tersebut:

1. Uji Validitas Data

   Setelah melakukan perhitungan dengan menggunakan *software* SPSS 12.0 untuk menguji validitas data penulis, didapatkan hasil sebagai berikut:

   A. Menghitung uji validitas data harapan pelanggan.

Tabel 4.11. Uji Validitas Data Harapan pelanggan.

No. Pertanyaan	Pearson Correlation	>Nilai Kritis	Keterangan
1	0.654	0.30	Valid
2	0.285	0.30	Tidak Valid
3	0.548	0.30	Valid
4	0.635	0.30	Valid
5	0.612	0.30	Valid
6	0.544	0.30	Valid
7	0.693	0.30	Valid
8	0.634	0.30	Valid
9	0.603	0.30	Valid
10	0.742	0.30	Valid
11	0.583	0.30	Valid
12	0.557	0.30	Valid
13	0.704	0.30	Valid
14	0.598	0.30	Valid
15	0.678	0.30	Valid
16	0.747	0.30	Valid
17	0.743	0.30	Valid
18	0.750	0.30	Valid
19	0.673	0.30	Valid
20	0.692	0.30	Valid
21	0.616	0.30	Valid
22	0.714	0.30	Valid
23	0.720	0.30	Valid
24	0.619	0.30	Valid
25	0.732	0.30	Valid
26	0.678	0.30	Valid

Data yang tidak valid diatas tidak dpergunakan dalam perhitungan atau dengan kata lain data tersebut dibuang, sehingga data yang valid adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12. Data Valid Harapan Pelanggan.

No. Pertanyaan	Pearson Correlation	Nilai Kritis	Keterangan
1	0.654	0.30	Valid
3	0.548	0.30	Valid
4	0.635	0.30	Valid
5	0.612	0.30	Valid
6	0.544	0.30	Valid
7	0.693	0.30	Valid
8	0.634	0.30	Valid
9	0.603	0.30	Valid
10	0.742	0.30	Valid
11	0.583	0.30	Valid
12	0.557	0.30	Valid
13	0.704	0.30	Valid
14	0.598	0.30	Valid
15	0.678	0.30	Valid
16	0.747	0.30	Valid
17	0.743	0.30	Valid
18	0.750	0.30	Valid
19	0.673	0.30	Valid
20	0.692	0.30	Valid
21	0.616	0.30	Valid
22	0.714	0.30	Valid
23	0.720	0.30	Valid
24	0.619	0.30	Valid
25	0.732	0.30	Valid
26	0.678	0.30	Valid

B. Menghitung uji validitas data kondisi yang dirasakan:

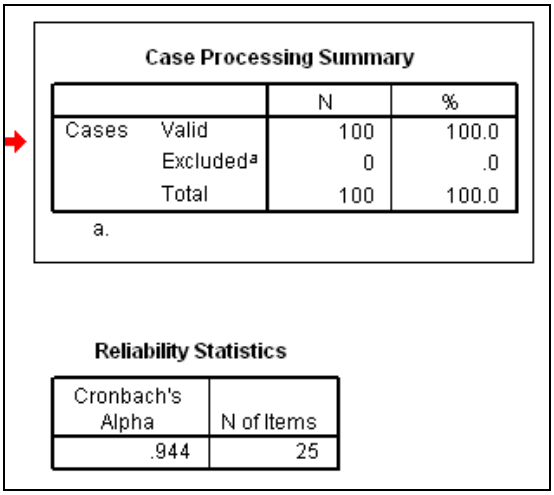
Tabel 4.13. Uji Validitas Data Kondisi yang Dirasa.

No. Pertanyaan	Pearson Correlation	>Nilai Kritis	Keterangan
1	0.359	0.30	Valid
2	0.459	0.30	Valid
3	0.422	0.30	Valid
4	0.500	0.30	Valid
5	0.488	0.30	Valid
6	0.422	0.30	Valid
7	0.466	0.30	Valid
8	0.419	0.30	Valid
9	0.508	0.30	Valid
10	0.514	0.30	Valid
11	0.478	0.30	Valid
12	0.476	0.30	Valid
13	0.451	0.30	Valid
14	0.589	0.30	Valid
15	0.602	0.30	Valid
16	0.611	0.30	Valid
17	0.578	0.30	Valid
18	0.601	0.30	Valid
19	0.714	0.30	Valid
20	0.554	0.30	Valid
21	0.400	0.30	Valid
22	0.525	0.30	Valid
23	0.385	0.30	Valid
24	0.505	0.30	Valid
25	0.565	0.30	Valid
26	0.506	0.30	Valid

Pada perhitungan validitas data kondisi yang dirasa semua variabel pertanyaan berstatus valid. Namun pada perhitungan reliabilitas pertanyaan nomor 2 dihapus karena pertanyaannya adalah sebuah kesatuan yang apabila salah satu tidak memenuhi syarat maka kedua-duanya dianggap tidak memenuhi syarat.

2. Uji Reliabilitas Data

Setelah melakukan perhitungan dengan menggunakan *software* SPSS 12.0 untuk menguji reliabilitas data penulis didapatkan hasil sebagai berikut:



Case Processing Summary

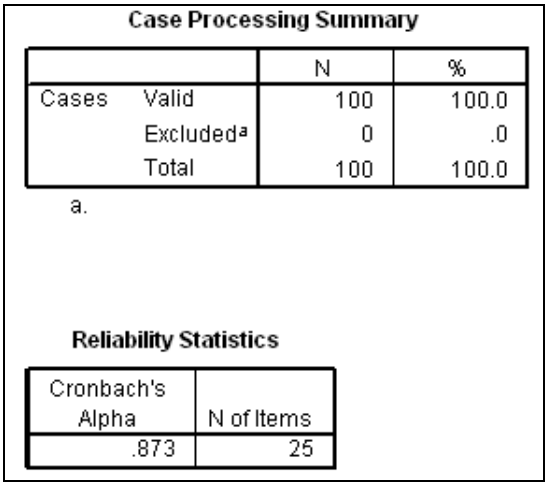
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	100	100.0

a.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.944	25

Gambar 4.7. Uji Reliabel Data Harapan Pelanggan.



Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	100	100.0

a.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.873	25

Gambar 4.8. Uji Reliabel Data Kondisi yang Dirasa.

Tabel 4.14. Ringkasan Uji Reliabilitas.

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Harapan Pelanggan	0.944	0.700	Reliabel
Kondisi Yang Dirasa	0.873	0.700	Reliabel

4.2.4. Perhitungan Nilai Kepuasan Pelanggan

Berikut merupakan tabel perhitungan nilai kepuasan pelanggan

Tabel 4.15. Perhitungan Nilai Kepuasan Pelanggan.

Nomor Pertanyaan	Klasikfikasi Pertanyaan	Nilai Kondisi Yang Dirasa	Rata-Rata Nilai Kondisi Yang Ada	Nilai Harapan Pelanggan	Rata-Rata Nilai Harapan Pelanggan	Selisih Antara Nilai Kondisi Dan Nilai Harapan
1	Produk	411	4.11	447	4.47	-0.36
3		417	4.17	443	4.43	-0.26
4		406	4.06	450	4.50	-0.44
5		389	3.89	455	4.55	-0.66
6		396	3.96	434	4.34	-0.38
7		361	3.61	438	4.38	-0.77
8		405	4.05	459	4.59	-0.54
9	Tempat	387	3.87	438	4.38	-0.51
10	Promosi	327	3.27	395	3.95	-0.68
11		334	3.34	366	3.66	-0.32
12		313	3.13	430	4.30	-1.17
13	Harga	349	3.49	419	4.19	-0.7
14	Orang (karyawan)	362	3.62	436	4.36	-0.74
15		390	3.90	438	4.38	-0.48
16		400	4.00	440	4.40	-0.4
17		382	3.82	434	4.34	-0.52
18		372	3.72	434	4.34	-0.62
19		354	3.54	448	4.48	-0.94
20	Bukti Fisik (Fasilitas Pendukung)	397	3.97	447	4.47	-0.5
21		251	2.51	422	4.22	-1.71
22		237	2.37	437	4.37	-2
23		253	2.53	427	4.27	-1.74
24		362	3.62	363	3.63	-0.01
25		310	3.10	377	3.77	-0.67
26	Proses	372	3.72	424	4.24	-0.52

Menghitung nilai kepuasan pelanggan dengan terlebih dahulu menghapus data yang tidak valid setelah itu melakukan perhitungan selisih antara nilai rata-rata kondisi yang dirasakan dengan nilai rata-rata harapan pelanggan.

Dalam penelitian ini penulis membuat soal kuesioner dengan lima tingkatan pilihan yaitu sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting dan tidak penting (untuk nilai harapan konsumen) serta sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik dan tidak baik (untuk nilai kondisi yang dirasakan), sehingga untuk melihat tingkat kepuasan konsumen dapat dilihat dengan skala dibawah ini:

Tabel 4.16. Skala Nilai Kepuasan Pelanggan.

Tidak Terpenuhi	←			Terpenuhi	→			Lebih Terpenuhi
-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4

4.3. Usulan Perbaikan Menggunakan Diagram Kartesius Kepuasan Pelanggan

4.3.1. Rata-rata dan Selisih Nilai Harapan Pelanggan dan Kondisi Pelayanan Jasa Yang Ada

Berikut adalah tabel nilai kepuasan pelanggan yang berisikan rata-rata serta selisih nilai harapan pelanggan dan kondisi pelayanan yang dirasakan.

Tabel 4.17. Perhitungan Nilai Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Item Soal.

Nomor Pertanyaan	Klasikfikasi Pertanyaan	Nilai Kondisi yang Dirasa	Nilai Harapan Pelanggan	Rata-rata Nilai Kondisi yang Dirasa	Rata-rata Nilai Harapan Pelanggan	Selisih Nilai Antara Kondisi dan Harapan	Rata -rata
1	Produk	411	447	4.11	4.47	-0.36	-0.49
3		417	443	4.17	4.43	-0.26	
4		406	450	4.06	4.50	-0.44	
5		389	455	3.89	4.55	-0.66	
6		396	434	3.96	4.34	-0.38	
7		361	438	3.61	4.38	-0.77	
8		405	459	4.05	4.59	-0.54	
9	Tempat	387	438	3.87	4.38	-0.51	-0.51
10	Promosi	327	395	3.27	3.95	-0.68	-0.72
11		334	366	3.34	3.66	-0.32	
12		313	430	3.13	4.30	-1.17	
13	Harga	349	419	3.49	4.19	-0.7	-0.7
14	Orang (karyawan)	362	436	3.62	4.36	-0.74	-0.62
15		390	438	3.90	4.38	-0.48	
16		400	440	4.00	4.40	-0.4	
17		382	434	3.82	4.34	-0.52	
18		372	434	3.72	4.34	-0.62	
19		354	448	3.54	4.48	-0.94	
20	Bukti Fisik (Fasilitas Pendukung)	397	447	3.97	4.47	-0.5	-1.11
21		251	422	2.51	4.22	-1.71	
22		237	437	2.37	4.37	-2	
23		253	427	2.53	4.27	-1.74	

24		362	363	3.62	3.63	-0.01	
25		310	377	3.10	3.77	-0.67	
26	Proses	372	424	3.72	4.24	-0.52	-0.52

Pada tabel diatas data berasal dari hasil perhitungan lembar kuesoiner yang berisikan 26 item pertanyaan yang di kelompokan dalam 7 jenis pertanyaan sesuai dengan metode bauran pemasaran jasa, jumlah responden adalah sebanyak 100 orang responden. Dari hasil perhitungan diatas dapat kita lihat nilai kepuasan pelanggan berdasarkan item pertanyaan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18. *Rangking* Nilai Selisih Item Pertanyaan Per Kelompok.

Rangking	**Klasifikasi Pertanyaan**	**Nomor Pertanyaan**	**Nilai**
1	Bukti fisik	22	-2.00
2	Promosi	12	-1.17
3	Orang	19	-0.94
4	Produk	7	-0.77
5	Harga	13	-0.70
6	Proses	9	-0.52
7	Tempat	26	-0.51

Tabel dibawah ini adalah tabel nilai selisih rata-rata tiap soal berdasarkan kelompok pertanyaan bauran pemasaran jasa:

Tabel 4.19. *Rangking* Rata-rata Nilai Selisih Per Kelompok Pertanyaan.

Rangking	**Klasifikasi Pertanyaan**	**Nilai**
1	Bukti fisik	-1.1
2	Promosi	-0.72
3	Harga	-0.70
4	Orang	-0.62
5	Proses	-0.52
6	Tempat	-0.51
7	Produk	-0.49

Tabel 4.20. Nilai Kepuasan Pelanggan.

Item Pertanyaan	Nilai Kepuasan	Status
Produk	-0.49	Tidak terpenuhi
Tempat	-0.51	Tidak terpenuhi
Promosi	-0.72	Tidak terpenuhi
Harga	-0.70	Tidak terpenuhi
Orang (karyawan)	-0.62	Tidak terpenuhi
Bukti Fisik (Fasilitas Pendukung)	-1.11	Tidak terpenuhi
Proses	-0.52	Tidak terpenuhi

Keterangan: Pengisian stastus pada tabel diatas dapat dilihat pada Tabel 4.18. Skala Nilai Kepuasan Pelanggan.

4.3.2. Diagram Kartesius Kepuasan Pelanggan Pada CITI TRANS

Melakukan plot data antara harapan pelanggan dan kondisi yang dirasakan pelanggan, berikut adalah data-data yang menjadi input dalam melakukan plot data diagram kartesius kepuasan pelanggan pada CITI TRANS:

Tabel 4.21. Data Input Diagram Kartesius Kepuasan Pelanggan CITI TRANS.

Nomor Pertanyaan	Klasikfikasi Pertanyaan	Rata-rata Nilai Kondisi yang Dirasa	Rata-rata Nilai Harapan Pelanggan
1	Produk	4.11	4.47
3		4.17	4.43
4		4.06	4.50
5		3.89	4.55
6		3.96	4.34
7		3.61	4.38
8		4.05	4.59
9	Tempat	3.87	4.38
10	Promosi	3.27	3.95
11		3.34	3.66
12		3.13	4.30
13	Harga	3.49	4.19
14	Orang (karyawan)	3.62	4.36
15		3.90	4.38
16		4.00	4.40
17		3.82	4.34
18		3.72	4.34
19		3.54	4.48

20	**Bukti Fisik (Fasilitas Pendukung)**	3.97	4.47
21		2.51	4.22
22		2.37	4.37
23		2.53	4.27
24		3.62	3.63
25		3.10	3.77
26	Proses	3.72	4.24
Rata-rata per jumlah pertanyaan		**3.57**	**4.28**

Data yang diinputkan ke dalam diagram kartesius kepuasan pelanggan pada CITI TRANS yaitu: Untuk sumbu Y adalah nilai rata-rata harapan Pelanggan dan untuk sumbu X adalah nilai rata-rata kondisi yang dirasakan pelanggan dengan rumus sebagai berikut:

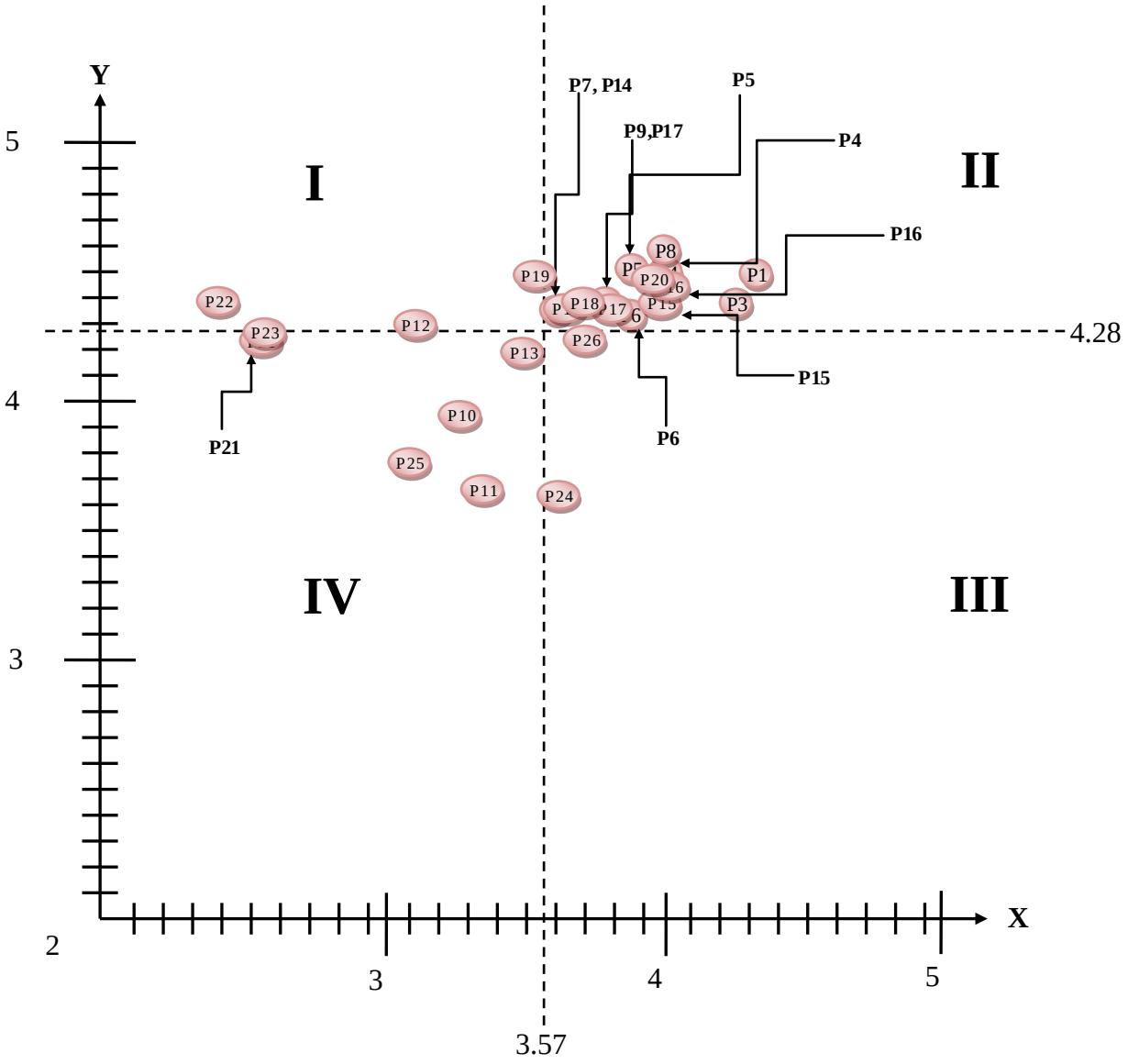
$$\overline{X} = \frac{\sum_{i=1}^{n} X_i}{n}$$ Sebagai plot nilai kondisi yang ada

$$\overline{Y} = \frac{\sum_{i=1}^{n} Y_i}{n}$$ Sebagai nilai harapan pelanggan

Setelah itu mencari titik potong antara sumbu X dan sumbu Y dengan mencari rata-rata nilai harapan pelanggan dan nilai kondisi yang ada dengan jumlah faktor yang mempengaruhi dalam hal ini 7 item soal yang berisi 25 soal (soal yang valid dan reliabel)mengenai bauran pemasaran jasa.

$$\overline{\overline{X}} = \frac{\sum_{i=1}^{K} \overline{X_i}}{K}$$ Sebagai titik pusat nilai kondisi yang ada

$$\overline{\overline{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^{K} \overline{Y_i}}{K}$$ Sebagai titik pusat nilai harapan pelanggan



Gambar 4.9. Diagram Kartesius Kepuasan Pelanggan pada CITI TRANS.