

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Krisis ekonomi yang terjadi dalam era globalisasi ini, membuat persaingan bisnis pertekstilan menjadi semakin tak terkendali, baik dipasar domestik (nasional) maupun dipasar internasional (global). Konsumen tetap ada, walaupun dengan daya beli yang semakin kecil, karenanya pelanggan menjadi lebih selektif untuk melakukan pembelian atas produk yang mereka butuhkan.

Di dalam jasa pelayanan perusahaan yang membutuhkan perhatian penting adalah memberikan prioritas utama pada kualitas pelayanan terbaik akan menimbulkan kepuasan konsumen, baik melalui peningkatan sarana dan prasarana berfasilitas teknologi tinggi maupun dengan pengembangan sumber daya manusia. Semakin banyaknya perusahaan sejenis yang beroperasi dengan berbagai produk dan jasa yang ditawarkan, membuat konsumen dapat menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhan. Perusahaan yang berhasil menjaga hubungan baik dengan pelanggan akan mendatangkan keuntungan jangka panjang bagi pihak perusahaan.

Oleh karena itu, untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggan, misalnya dengan memberikan produk dengan mutu lebih baik, harga lebih murah, penyerahan produk lebih cepat, atau pelayanan yang lebih baik daripada perusahaan pesaingnya. Jika pelayanan perusahaan dirasakan baik, maka dengan sendirinya pelanggan akan memberitahukan kepada kerabatnya sehingga informasi dari mulut ke mulut ini akan menghasilkan pelanggan baru. Setelah mendapat pelanggan yang setia pihak perusahaan dapat merebut pangsa pasar sehingga memperoleh laba yang maksimum.

Perilaku konsumen menurut Engel et al (1995) merupakan suatu tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti

tindakan ini. Perilaku konsumen suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain keyakinan konsumen terhadap produk yang bersangkutan, keyakinan terhadap referensi serta pengalaman masa lalu konsumen.

Penelitian ini juga dilakukan atas dasar pertimbangan dari pihak perusahaan yang ingin mengetahui lebih jauh tentang bagaimana harapan pelanggan terhadap tingkat kepentingan, tingkat kepuasan dan posisi perusahaan dalam memberikan pelayanan selama ini. Sehingga pimpinan perusahaan harus mengetahui atribut apa dari sebuah produk atau jasa yang bisa membuat pelanggan puas atau tidak puas. Menganalisis sikap pelanggan merupakan salah satu prinsip utama yang mendukung pengembangan strategi pemasaran suatu perusahaan. Seorang manajer pemasaran, harus mengetahui dan memahami sikap pelanggan yang dilayani oleh perusahaannya demi mencapai kepuasan, baik bagi pihak perusahaan maupun konsumen.

Perusahaan Mark Shen Ind. Crop., merupakan perusahaan jasa makloon dalam bidang tekstil, yang memproduksi embossing dan calendering terhadap kain jadi yang dimiliki pelanggan sehingga kain-kain tersebut memiliki motif-motif yang cantik dan pada akhirnya dapat memiliki nilai jual yang lebih tinggi, baik untuk kebutuhan pasar dalam negeri maupun ekspor. Namun, krisis ekonomi yang hingga saat ini belum menunjukkan adanya perbaikan, membawa dampak negatif bagi perusahaan, yaitu menurunnya angka produksi konsumen lokal yang hanya mencapai 40%, di mana pada tahun sebelumnya perusahaan dapat memproduksi hingga 80% dari seluruh kegiatan perusahaan.

Untuk menyiasati keadaan ini, perusahaan berusaha memproduksi dan memberikan pelayanan lebih terhadap produk-produk sesuai dengan atribut yang diinginkan oleh konsumen, sehingga konsumen merasa puas dalam menggunakan jasa perusahaan. Ini merupakan suatu tantangan bagi perusahaan untuk selalu dapat memenuhi dan memahami keinginan pelanggan yang selalu mengalami perubahan dan perkembangan sesuai dengan keinginan konsumen tersebut.

Oleh karena itu penulis tertarik dalam menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh Tingkat Kinerja Jasa Pelayanan Makloon Terhadap Kepuasan Pelanggan di Perusahaan Mark Shen Ind. Crop. Bandung”.

1.2. Identifikasi Masalah

Agar penulisan skripsi ini tidak terlampaui meluas dan mudah untuk dipahami sesuai dengan tujuan pembahasan serta untuk lebih memperjelas lingkup masalah yang dibahas, maka perlu dilakukan beberapa identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar kinerja pelayanan yang telah diberikan perusahaan Mark Shen Ind. Crop kepada pelanggan?
2. Bagaimana penilaian pelanggan setelah makloon kain di Perusahaan Mark Shen Ind. Crop.?
3. Bagaimana pengaruh kinerja jasa pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Perusahaan Mark Shen Ind. Crop.?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memenuhi persyaratan akademik dalam mencapai gelar sarjana strata 1 (S1) pada jurusan Ekonomi, Fakultas Manajemen Universitas Kristen Maranatha Bandung.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kinerja pelayanan yang telah diberikan perusahaan Mark Shen Ind. Crop kepada para pelanggannya.
2. Untuk mengetahui penilaian konsumen mengenai pelayanan selama ini.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kinerja pelayanan jasa makloon terhadap kepuasan konsumen di perusahaan Mark Shen Ind. Crop.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Bagi pihak perusahaan Mark Shen Ind. Crop.

Diharapkan dapat memberikan masukan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan Mark Shen Ind. Crop. dalam masalah perbaikan dan pengembangan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Informasi

tersebut dapat dipergunakan sebagai masukan bagi perusahaan dalam menentukan strategi yang harus ditempuh perusahaan untuk meningkatkan laba penjualan.

2. Bagi penulis

Bertambahnya wawasan ilmu pengetahuan di dalam penulis membandingkan teori yang di dapat selama duduk di bangku kuliah. Dan juga kegunaan penelitian ini adalah untuk melaksanakan penyusunan skripsi untuk menyelesaikan studi program S1 di Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

3. Bagi peneliti lain/masyarakat

Bagi pelajar, mahasiswa, khususnya di lingkungan Perguruan Tinggi dapat menjadi bahan untuk pengetahuan terapan.

1.5. Kerangka Pemikiran

Melayani pelanggan merupakan hal yang amat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan jasa. Hal ini disebabkan karena dapat menjadi sumber informasi bagi calon pelanggan untuk itu perusahaan harus memperhatikan dan mengetahui dengan benar apa yang sebenarnya ada di benak pelanggan.

Menurut Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, dan Berry (2003;h61-82), terdapat beberapa unsur pelayanan yang harus dimengerti oleh perusahaan untuk memperbaiki mutu layanan di seluruh industri jasa, yaitu:

- (1) mendengarkan
- (2) keandalan
- (3) layanan basis
- (4) jasa layanan
- (5) pemulihan
- (6) mengejutkan pelanggan
- (7) sikap sportif
- (8) kerja tim
- (9) riset karyawan
- (10) kepemimpinan dengan melayani.

Di dalam perkembangannya kesepuluh unsur tersebut telah diringkas menjadi lima determinan kualitas jasa seperti disebutkan Philip Kotler (2007;h56) yaitu :

1. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan, akurat dan memuaskan.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan jasa dengan cepat dan tanggap.

3. Jaminan (*Assurance*)

Mencakup pengetahuan dan kesopanan karyawan, kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan keyakinan yang dimiliki para staf maupun karyawan; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Dimensi ini mencakup:

- Kemampuan (*Competence*)

Meliputi keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki penyedia jasa dalam melaksanakan seluruh aktifitas jasa.

- Kesopanan (*Courtesy*)

Meliputi sikap sopan santun, rasa hormat, perhatian dan keramahan yang dimiliki penyedia jasa.

- Kepercayaan (*Credibility*)

Meliputi sifat yang dapat dipercaya dan kejujuran yang dimiliki penyedia jasa.

- Keamanan (*Security*)

Meliputi rasa bebas dari rasa bahaya, resiko dan keragu-raguan terhadap aktifitas jasa.

4. Empati

Mencakup kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

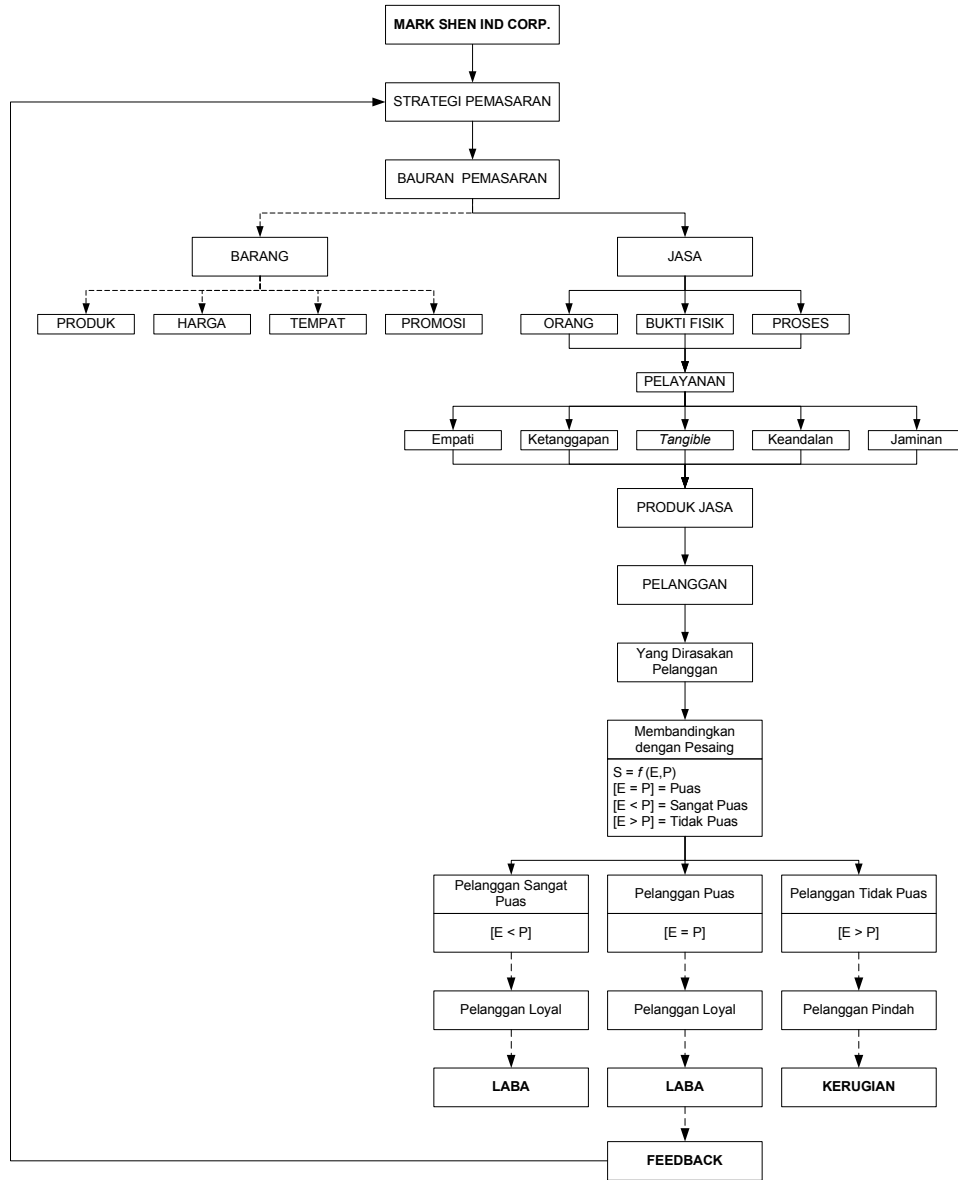
5. Benda Berwujud (*Tangible*)

Meliputi penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.

Jika produk jasa tersebut sesuai dengan harapan pelanggan, maka akan tercipta kepuasan pelanggan. Akan tetapi apabila produk jasa tersebut tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka akan tercipta ketidak puasaan pelanggan yang berakibat pelanggan akan berpindah kepada pesaing. Setelah informasi dari mulut ke mulut dari pelanggan yang setia bahwa kualitas pelayanan perusahaan baik, maka calon pelanggan akan merasa tertarik untuk mencoba. Sehingga pihak perusahaan mendapatkan keuntungan dengan memenangkan persaingan dan memperoleh laba yang telah ditetapkan.

Dengan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



Keterangan :

-----> = yang tidak diteliti

-----> = yang diteliti

E = Ekspektasi (persepsi orang Lain)

P = Performa (kualitas)

1.6. Metode yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam menyusun skripsi ini adalah metoda analisis deskriptif, yaitu menggunakan data yang diperoleh dari penelitian, kemudian dikumpulkan, disusun secara sistematis dan diolah untuk selanjutnya dianalisa.

1.6.1. Operasional Variabel

Dalam penelitian ini digunakan dua variabel penelitian:

- ❖ Variabel bebas (x) adalah variabel yang tidak tergantung pada variabel lain.
Kinerja jasa pelayanan makloon.
- ❖ Variabel tidak bebas (y) adalah variabel yang tergantung pada variabel lain.
Tingkat kepuasan pelanggan.

Variabel	Konsep Variabel	Sub Variabel	Indikator
Tingkat Kepentingan (X)	Kualitas Pelayanan yang Diharapkan Konsumen	1. Kehandalan	<p>Kemampuan memproses kain</p> <p>Ketersediaan transportasi</p> <p>Kualitas proses produksi</p> <p>Kemampuan menepati janji</p> <p>Jumlah Cacat</p> <p>Pelanggan diprioritaskan</p> <p>Kesediaan pengambilan/pengiriman barang</p> <p>Negosiasi harga</p>
		2. Daya tanggap	<p>Karyawan tanggap dalam menjawab pertanyaan</p> <p>Keramahan dan kesopanan karyawan perusahaan</p> <p>Pelanggan diperlakukan dengan baik</p> <p>Kesediaan karyawan dalam membantu kesulitan pelanggan</p> <p>Karyawan mengetahui kebutuhan pelanggan</p>
		3. Jaminan	<p>Perusahaan mengganti produk gagal yang diproduksi</p> <p>Karyawan perusahaan melakukan tugasnya dengan baik</p> <p>Karyawan berkerja dengan sungguh-sungguh</p> <p>Barang tidak ada yang hilang</p> <p>Rekomendasi dari pelanggan</p> <p>Perusahaan memiliki citra yang baik</p>
		4. Empati	<p>Keluhan dapat ditangani dengan cepat</p> <p>Pelanggan dapat memperoleh informasi yang akurat</p> <p>Perusahaan terbuka untuk menerima kritik dan saran</p>
		5. Benda Berwujud	<p>Kesediaan transportasi ketika dibutuhkan</p> <p>Tempat parkir yang memadai</p> <p>Kapasitas gudang yang memadai</p> <p>Kerapihan karyawan</p> <p>Kebersihan lingkungan tempat kerja</p> <p>Atmosfir tempat kerja yang baik</p>
Tingkat Kepuasan (Y)			

1.6.2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan cara:

1. Analisa data kualitatif

Dengan cara kualitatif artinya meneliti dan memberikan gambaran mengenai lingkungan bisnis yang dihadapi oleh perusahaan, pelaksanaan kinerja jasa pelayanan dilakukan oleh perusahaan, serta menganalisa lingkungannya, yaitu pesaing dan konsumen dengan cara mengumpulkan, menganalisa dan kemudian menginterpretasikannya untuk membentuk suatu saran dan kesimpulan.

2. Analisa data kuantitatif

Sedangkan dengan cara kuantitatif artinya data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisa dengan menggunakan rumus-rumus secara statistik, guna mengetahui hubungan antara lingkungan bisnis dengan kinerja pelayanan jasa.

Hubungan antara variabel kepentingan dan kepuasan dengan posisi perusahaan dapat dilihat jelas dengan menggunakan:

a. Pengolahan Data & Analisis

Data yang telah diuji validitas dan reliabilitas diuji dengan Analisa Uji Hipotesa dan dibuat Diagram Importance Performance Matrix 4 dan Diagram Importance Performance Matrix 6 untuk kemudian dianalisis dengan menggunakan Importance Performance Analysis.

1.6.3. Metode Pengumpulan Data

Terdapat 2 hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu, kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliable,

apabila instrumen tersebut tidak dapat digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan ini adalah:

1. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Dalam metode ini pengumpulan data didapat dengan cara membaca buku-buku yang ada hubungannya dengan objek penelitian, segala data dan informasi yang diperoleh dan bahan-bahan kuliah yang didapat akan dituangkan dalam penulisan skripsi ini.

2. Riset Lapangan (*Field Research*)

Dalam metode ini penulis mengadakan penelitian secara langsung pada objek penelitian konsumen Perusahaan Mark Shen Ind. Corp.

Dengan cara:

- a. Interview (Wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

1. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpulan data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan.

2. Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara tidak terstruktur, adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara tidak terstruktur atau terbuka, sering digunakan dalam penelitian pendahuluan atau malahan untuk penelitian yang lebih mendalam tentang responden. Pada penelitian pendahuluan, peneliti berusaha mendapatkan informasi awal tentang berbagai isu atau permasalahan yang ada pada obyek, sehingga peneliti dapat menentukan secara pasti permasalahan atau variabel apa yang harus diteliti.

b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

- **Isi Dan Tujuan Pertanyaan**

Yang dimaksud di sini adalah, apakah isi pertanyaan tersebut merupakan bentuk pengukuran atau bukan?

- **Bahasa yang digunakan**

Bahasa yang digunakan dalam penulisan kuesioner (angket) harus disesuaikan dengan kemampuan berbahasa responden.

- Tipe dan Bentuk Pertanyaan
Tipe pertanyaan claim angket dapat terbuka dan tertutup, (kalau dalam wawancara: terstruktur dan tidak terstruktur) dan bentuknya dapat menggunakan kalimat positif atau negatif.
- Pertanyaan tidak mendua
Setiap pertanyaan dalam angket jangan mendua (double-barreled) sehingga menyulitkan responden untuk memberikan jawaban.
- Tidak menanyakan yang sudah lupa
Setiap pertanyaan dalam instrumen angket, sebaiknya juga tidak menanyakan hal-hal yang sekiranya responden sudah lupa, atau pertanyaan yang memerlukan jawaban dengan berfikir berat.
- Pertanyaan tidak menggiring
Pertanyaan dalam angket sebaiknya juga tidak menggiring ke jawaban yang baik saja atau ke yang jelek saja.
- Panjang Pertanyaan
Pertanyaan dalam angket sebaiknya tidak terlalu panjang, sehingga akan membuat jenuh responden dalam mengisi.
- Urutan Pertanyaan
Urutan pertanyaan dalam angket, dimulai dari yang umum kemudian ke hal yang spesifik, atau dari yang mudah menuju ke hal yang sulit, atau diacak. Hal ini perlu dipertimbangkan karena secara psikologis akan mempengaruhi semangat responden untuk

menjawab.

- Prinsip Pengukuran

Angket yang diberikan kepada responden adalah merupakan instrumen penelitian, yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti.

- Penampilan Fisik Angket

Penampilan fisik angket sebagai alat pengumpul data akan mempengaruhi respon atau keseriusan responden dalam mengisi angket

c. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

1. Observasi Berperanserta (*Participant Observation*)

Dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipan ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak.

2. Observasi Nonpartisipan

Kalau dalam observasi partisipan peneliti terlibat langsung dengan aktivitas orang-orang yang sedang diamati, maka dalam observasi nonpartisipan peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.

- *Observasi Terstruktur*

Observasi terstruktur adalah observasi yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, kapan dan dimana tempatnya. Jadi observasi terstruktur dilakukan apabila peneliti telah tahu dengan pasti tentang variabel apa yang akan diamati. Dalam melakukan pengamatan peneliti menggunakan instrumen penelitian yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Pedoman wawancara terstruktur, atau angket tertutup dapat juga digunakan sebagai pedoman untuk melakukan observasi.

- *Observasi Tidak Terstruktur*

Observasi tidak terstruktur adalah observasi yang tidak dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang akan diobservasi. Hal ini dilakukan karena peneliti tidak tahu secara pasti tentang apa yang akan diamati.

1.6.4. Sumber Data

Data yang dibutuhkan untuk penelitian ini dapat digolongkan menjadi dua yaitu:

1. Data primer, adalah data yang diperoleh dari penelitian langsung di perusahaan yang bersangkutan dengan skripsi ini berupa hasil wawancara yang dilakukan dilingkungan internal

maupun eksternal perusahaan, penyebaran kuesioner dan observasi.

2. Data Sekunder, adalah data yang diperoleh dari laporan-laporan ilmiah dan referensi dari buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

1.6.5. Penentuan Jumlah Sampel

Dalam penelitian kali ini, peneliti tidak mempergunakan aturan yang ada dalam penentuan jumlah sampel yang akan diamati. Hal ini disebabkan pada penelitian kali ini tidak dilakukan penelitian pendahuluan dan penyebaran kuesioner awal sebanyak 30 buah yang akan diolah untuk menentukan ukuran sampel, yang sebenarnya harus disebar. Pada penelitian kali ini tidak dilakukan penelitian pendahuluan dan penyebaran kuesioner awal karena keterbatasan waktu penelitian. Oleh karena itu ukuran sampel yang dipergunakan saat ini menggunakan asumsi yaitu sebanyak 30 buah kuesioner.

1.6.6. Penentuan Ukuran Sampel

Karena terlalu sedikitnya jumlah sampel yang harus diambil, maka dianggap perlu untuk melakukan sampling secara menyeluruh untuk menghindari adanya ketidakcocokan data. Dari 37 kuesioner yang disebar, hanya 30 responden yang bersedia untuk mengisi kuesioner dan mengembalikannya kepada perusahaan.

1.6.7. Penentuan Skala Pengukuran Penelitian

Dalam penelitian kali ini dipergunakan skala dengan jenis skala Likert. Skala Likert peneliti pergunakan karena skala ini dapat dipergunakan sebagai pengukuran kepuasan masyarakat terhadap fenomena sosial yang dalam hal ini adalah kepuasan mereka terhadap jasa pelayanan. Skala ini juga dipergunakan karena dapat menunjukkan nilai yang positif sampai yang paling negatif dari pernyataan seseorang terhadap fenomena sosial yang diamati tersebut.

1.6.8. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Tujuan pengujian validitas dan reabilitas adalah untuk mengukur secara empiris apakah instrumen yang dikembangkan dapat mengukur apa yang ditetapkan peneliti untuk diukur. Apabila instrumen tersebut tidak valid maka variabel tersebut tidak akan digunakan dalam pengolahan data. Sementara itu, instrumen yang reliabilitasnya rendah disebabkan oleh dua kemungkinan, yaitu responden mengisi secara asal-asalan atau terdapat ketidakcocokan antara skala yang digunakan dengan pernyataan yang dikembangkan. Peneliti harus melakukan penyebaran terhadap instrumen pada 30 responden. Setelah itu peneliti perlu melakukan perancangan instrumen penelitian. Instrumen yang diuji validitas dan reliabilitasnya ialah instrumen tingkat kepentingan atribut dan instrumen tingkat kinerja perusahaan Mark Shen Ind. Crop. Bandung.

1.6.9. Pengujian Validitas Instrumen

Dalam menentukan kriteria validitas digunakan panduan yang berasal dari Sugiyono (2006) dimana validitas pernyataan dalam instrumen dihitung dan nilai korelasi antar skor variabel dengan skor total lebih besar. Jika nilai korelasi antara skor variabel dengan skor total lebih besar dari 0.3 maka pernyataan instrumen dinyatakan valid.

1.6.10. Pengujian Reliabilitas Instrumen

Sedangkan untuk menguji reliabilitas instrumen digunakan teknik *split half* dengan membandingkan skor korelasi *Spearman Brown* antara total jawaban pertanyaan belahan pertama dan total jawaban belahan kedua. Teknik *split half* yang digunakan ialah menggunakan total skor pernyataan ganjil sebagai belahan pertama dan total skor pernyataan genap sebagai belahan kedua. Apabila nilai koefisien reliabilitas makin mendekati 1 maka keandalan instrumen dalam mengumpulkan data makin tinggi atau baik. Untuk mengetahui skor korelasi antara total kelompok skor ganjil dengan total kelompok skor genap digunakan bantuan program SPSS 11.5.

Rumus Spearman Brown ialah sebagai berikut:

$$r_1 = \frac{2 \times r_b}{1 + r_b}$$

Hasil yang diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan rumus Spearman Brown ini selanjutnya dibandingkan termasuk dalam kelompok nilai reliabilitas sebagai berikut (Sugiyono, 2006):

- 0.00 - 0.19 : Reliabilitas yang hampir tidak ada (sangat kecil)
- 0.20 – 0.39 : Reliabilitas rendah
- 0.40 – 0.59 : Reliabilitas sedang
- 0.60 – 0.79 : Reliabilitas tinggi
- 0.80 – 1.00 : Reliabilitas tinggi sekali

1.6.11. Pengolahan Data

1. *Pengujian Hipotesis Ketidak Puasan*

Di tahap ini dilakukan pengujian atas tingkat ketidakpuasan pada layanan perusahaan Mark Shen Ind. Crop. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa tingkat ketidakpuasan konsumen terhadap setiap atribut kuesioner uji hipotesis yang dilakukan menggunakan hipotesis komparatif dengan struktur hipotesis sebagai berikut:

- Penentuan Struktur Hipotesis
 - $H_0 = \mu_0 = \mu_1$
 - $H_1 = \mu_0 < \mu_1$
- Tentukan taraf nyata (α) dan tingkat kepercayaan yang digunakan ialah:
 - Taraf Nyata (α) $\rightarrow \alpha = 0.05$; $Z\alpha = + 1.645$
 - Tingkat Kepercayaan = 95%
- Tentukan Statistik Uji: Uji Hipotesis

$$Z_{Hitung} = \frac{(x_1 - x_2) - \mu_d}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

Keterangan :

x_1 = rata-rata harapan konsumen

x_2 = rata-rata tingkat kinerja

S_1^2 = variansi harapan konsumen, diestimasi dari variansi sample

S_2^2 = variansi tingkat kinerja, diestimasi dari variansi sample

n_1 = jumlah sampel harapan konsumen

n_2 = jumlah sampel tingkat kinerja

- Tentukan wilayah kritis

Gambar 1.2

Daerah Kritis Pengujian Hipotesis



2. Pengolahan data menggunakan SPSS (Correspondence Analysis)

Dalam pengolahan data dilakukan pengolahan menggunakan teknik *Correspondence Analysis* dengan metode ini kita akan mengolah data yang dimiliki dengan bantuan *software* SPSS. Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Lakukan pengisian pada lembar kerja di SPSS dengan format :
3 kolom yaitu produk yang diamati dan baris 26 buah yaitu atribut penelitian.
2. Data yang diisi adalah jumlah dari hasil pembobotan ranking yang telah diisi dimana struktur pembobotannya adalah sebagai berikut:
Ranking 1 Memiliki bobot 3
Ranking 2 Memiliki bobot 2
Ranking 3 Memiliki bobot 1

3. Lakukan pengujian dengan mengetik File lalu New lalu pilih Syntax
4. Isikan perintah sebagai berikut
ANACOR
TABLE=ALL (26,3)
/DIMENSION=2
/NORMALIZATION CANONICAL
/PRINT TABLE SCORES CONTRIBUTION PROFILES
PERMUTATION
/VARIANCES ROWS COLUMNS SINGULAR
/PLOT ROW COLUMNS JOINT NDIM(ALL,MAX)
5. Lalu Run dan analisis hasil dengan menggunakan Correspondence Analysis.

1.7. Lokasi dan Jadwal Penelitian

Berikut ini lokasi dan jadwal penelitian :

Nama Perusahaan	: Mark Shen Ind. Corp.
Alamat Perusahaan	: Jl. Paralon II No. 88
Bidang Usaha	: Makloon Emboss dan Kalender
Tahun Berdiri	: 2002
Hari Kerja	: Senin – Jumat (08.00 – 17.00) Sabtu (08.00 – 14.00)
Waktu Istirahat	: 12.00 – 13.00
Jadwal Penelitian	: February – Desember 2008

1.8. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Kerangka Penelitian, Metodologi Penelitian, Lokasi dan Jadwal Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas teori-teori mengenai Pengertian Pemasaran, Bauran Pemasaran, Jasa, Pengertian Mutu dan Pelayanan, Perceived Quality, Kualitas Jasa, Metode Analisis Kepentingan Kinerja dan Konsep Kepuasan Pelanggan.

BAB III OBJEK PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai Objek Penelitian, Sejarah Singkat Perusahaan, Tempat Operasi, Struktur Organisasi Perusahaan, Aktivitas Pemasaran, Aktivitas Manajemen Pemasaran, Aktivitas MSDM, dan Aktivitas Manajemen Keuangan.

BAB IV PEMBAHASAN MASALAH

Bab ini membahas mengenai data-data yang diperlukan dalam penelitian Tugas Akhir ini dan seluruh pengolahan data yang diperlukan untuk memecahkan masalah mengenai Penilaian terhadap Keadaan Pelanggan dan Pembuatan Importance / Performance Matrix.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas mengenai analisis hasil pengumpulan dan pengolahan data yang telah dilakukan dan pengembangan-pengembangan usulan untuk memecahkan dan menyelesaikan masalah yang dihadapi.