



PROSIDING
SEMINAR NASIONAL EKONOMI (SNE) V TAHUN 2017
“Percepatan Pembangunan Ekonomi Nasional Dengan
Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Daerah”
Lhokseumawe, 17 Oktober 2017



**ANALISIS SERVQUAL DALAM MENGUKUR PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

Cut Ita Erliana

Fakultas Teknik Universitas Malikussaleh Lhokseumawe

cutitha@gmail.com

Razif

Fakultas Teknik Universitas Malikussaleh Lhokseumawe

ABSTRAK

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan perhitungan kualitatif melalui indikator variable tangible, reliable, responsiveness, assurance dan empathy. Hal ini dilihat dari bagaimana mendesain suatu produk mobil mesin penggilingan padi berdasarkan konsep ergonomic dan bagaimana mengukur peningkatan kualitas kepuasan konsumen dengan menggunakan metode servQual. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui penerapan konsep ergonomi dari mobil penggilingan padi sesuai yang baik dari segi keamanan, keselamatan, kenyamanan berkendara bagi operator, masyarakat sekitarnya. Selanjutnya pengukuran kepuasan konsumen yang menggunakan jasa mobil mesin penggilingan padi agar untuk kedepannya dapat diperbaiki sesuai dengan permintaan konsumen dengan menggunakan analisis model servQual. Analisis model servQual dinilai tepat untuk mengetahui tingkat keamanan, kesehatan dan kepuasan konsumen dengan menggunakan variable tangible, reliable, responsiveness, assurance dan empathy melalui indikator-indikator tersebut. Dengan menggunakan model tersebut analisis servQual dalam mengukur peningkatan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat diterapkan dengan memperhatikan aspek kesehatan, kepuasan dan keamanan konsumen di sekitar mobil penggilingan padi. Hasil pengujian reabilitas untuk dimensi X1 kehandalan dengan nilai koefisien harapan 0,75 dan nilai persepsi 0,748 dengan keterangan harapan dapat diterima dan persepsi dapat diterima. untuk dimensi X2 Daya Tanggap dengan nilai koefisien harapan 0,875 dan nilai persepsi 0,816 dengan keterangan harapan Realible dan persepsi Realible. untuk dimensi X3 Jaminan dengan nilai koefisien harapan 0,780 dan nilai persepsi 0,753 dengan keterangan harapan dapat diterima dan persepsi dapat diterima. untuk dimensi X4 Perhatian dengan nilai koefisien harapan 0,867 dan nilai persepsi 0,889 dengan keterangan harapan Realible dan persepsi Realible. Terakhir untuk dimensi X5 Bukti Fisik dengan nilai koefisien harapan 0,873 dan nilai persepsi 0,753 dengan keterangan harapan Realible dan persepsi dapat diterima.

Kata kunci: Pelayanan, Desain Ergonomi, servQual.



PROSIDING
SEMINAR NASIONAL EKONOMI (SNE) V TAHUN 2017
“Percepatan Pembangunan Ekonomi Nasional Dengan
Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Daerah”

Lhokseumawe, 17 Oktober 2017



PENDAHULUAN

Kepuasan layanan operator terhadap masyarakat terhadap suatu penilaian yang dilakukan terhadap total keseluruhan pelayanan yang diberikan operator kepada masyarakat, sehingga kepuasan layanan terhadap masyarakat hanya dapat dinilai berdasarkan layanan dan proses penilain pengalaman yang pernah dialami saat proses pemberian pelayanan.

Dalam dimensi kualitas jasa terhadap kualitas konsumen dari perusahaan U.D Udep Beusare yang menjadi acuan utama dalam mengukur kualitas kepuasan terhadap pengguna layanan termasuk layanan pada yang diberikan kepada masyarakat.

Hubungan kualitas layanan dengan kepuasan terhadap masyarakat yang dapat dilihat dari harapan operator terhadap kualitas layanan dan persepsi pengguna terhadap kualitas layanan. Kemudian dibandingkan dengan apa yang diharapkan oleh masyarakat pengguna jasa layanan operator penggilingan padi.

Kepuasan layanan pelanggan terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan pemberi jasa operator penggilingan padi kepada masyarakat, sehingga kepuasan konsumen dapat dinilai berdasarkan layanan yang diberikan sewaktu pemberian jasa layanan terhadap masyarakat.

Kepuasan layanan yang diberikan untuk masyarakat terhadap layanan pelanggan terutama dibidang jasa operator penggilingan mesin penggilingan padi menjadi keharusan agar UD Udep Beusare menjadi suatu keharusan.

Harapan masyarakat mengenai kinerja dari operator dan penilaian masyarakat terhadap kinerja layanan yang memberikan suatu persepsi konsumen atas kualitas jasa. Menurut Kotler (2003) kepuasan merupakan perasaan yang senang dari seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Apabila kinerja lebih kecil dari harapan konsumen akan merasakan tidak puas.

Apabila kinerja sama dengan harapan konsumen akan merasakan puas. Apabila penilaian kinerja melebihi

harapan, konsumen akan merasakan sangat puas. Jika sebaliknya apabila konsumen merasakan ketidakpuasan, konsumen tidak kembali dalam menggunakan jasa layanan operator yang diberikan tadi.

Masyarakat akan pindah untuk mencari layanan operator lain yang menawarkan tingkat kepuasan yang banyak diberikan oleh masyarakat sesuai dengan harapan.

Layanan yang diberikan dari pihak penyedia jasa harus mampu memberikan perhatian penuh pada service quality (SERVQUAL) sehingga tujuan pembelian dari nasabah dapat terpenuhi. Skala SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam serangkaian penelitian terhadap enam perusahaan jasa (1985, 1988, 1991, 1994) menunjukkan bahwa perbedaan antara harapan konsumen mengenai kinerja dari perusahaan dan penilaian konsumen mengenai kinerja aktual memberikan suatu persepsi konsumen atas kualitas jasa.

Dalam konteks pengukuran variabel kualitas pelayanan, Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) mengidentifikasi lima dimensi ukuran kualitas layanan yaitu reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), tangibles (bukti langsung), dan empathy (empati).

TINJAUAN TEORITIS

ServQual

Metode Servqual merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap (kesenjangan) yang merupakan selisih antara persepsi responden terhadap layanan yang telah diterima dengan harapan terhadap yang akan diterima. Pengukurannya metode ini dengan mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap yang merupakan selisih antara persepsi responden terhadap layanan yang diterima dengan kenyataan responden terhadap layanan yang akan diterima. (Supranto, 2011)

Pendekatan *servQual* merupakan pendekatan untuk menunjukkan suatu tingkat keunggulan yang diharapkan



PROSIDING
SEMINAR NASIONAL EKONOMI (SNE) V TAHUN 2017
“Percepatan Pembangunan Ekonomi Nasional Dengan
Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Daerah”
Lhokseumawe, 17 Oktober 2017



dimana pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, Ravichandran, dkk (2010). Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Parasuraman et al di tahun 1988 menyempurnakan dimensi tersebut kemudian diolah lagi sehingga akhirnya disederhanakan menjadi 5 dimensi yaitu:

- 1) Bukti langsung (tangibles); meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi
- 2) Keandalan (reliability); yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan
- 3) Daya tanggap (responsiveness); yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap
- 4) Jaminan (assurance); mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keraguraguan
- 5) Empati (empathy); meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan

Zethaml dkk, 1990 (Soetjipto, 1997) berpendapat bahwa terdapat pengaruh dari dimensi kualitas pelayanan terhadap harapan para pelanggan yang berdasarkan informasi SERVQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (perceived service) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (expected service). Pengukuran kualitas jasa dalam model servqual didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap di antara keduanya pada lima dimensi kualitas pelayanan (Tjiptono dan Gregorius, 2011). Pengujian dalam model servqual dan diagram kartesius dilakukan dengan bantuan software SPSS Statistic 17.0. Langkah-langkahnya adalah (Sukmawati, 2008):

- a. Mencari nilai persepsi atau kinerja dari setiap variabel (X1) dan skor nilai harapan atau kepentingan dari setiap variabel (Y1)
- b. Menjumlahkan nilai harapan (Y) dan persepsi (X) dari tiap variabel seluruh responden, kemudian dihitung rata-ratanya

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \dots\dots\dots(1)$$

Dimana:

X = Nilai rata-rata tingkat persepsi
Y = Nilai rata-rata tingkat harapan
n = Jumlah responden

- c. Menghitung gap/kesenjangan antara nilai rata-rata persepsi dengan nilai rata-rata harapan

$$NS_i = \bar{X}_i - \bar{Y}_i \dots\dots\dots(2)$$

Dimana:

NS_i = Nilai Servqual (gap) variabel ke-i

- d. Menghitung rata-rata gap dari setiap variabel

$$\overline{NS}_i = \frac{\sum NS_i}{A_i} \dots\dots\dots(3)$$

Dimana:

NS_t = Nilai rata-rata servqual (gap) variabel ke-i

A_i = Banyaknya atribut variabel ke-i

Menjumlahkan hasil perhitungan nilai kepuasan tiap dimensi lalu disimpulkan dengan ketentuan, nilai kepuasan negatif (<0) menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan, sebaliknya bila nilai kepuasan positif (>0) menunjukkan kualitas pelayanan melebihi tingkat kepuasan pelanggan. Sedangkan bila nilai kepuasan sama dengan nol (=0) menunjukkan kualitas pelayanan telah sesuai dengan harapan pelanggan.



PROSIDING
SEMINAR NASIONAL EKONOMI (SNE) V TAHUN 2017
“Percepatan Pembangunan Ekonomi Nasional Dengan
Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Daerah”
Lhokseumawe, 17 Oktober 2017



Kualitas Layanan

Salah satu tujuan utama aktivitas pemasaran seringkali dilihat dari pencapaian loyalitas konsumen melalui strategi pemasaran. Loyalitas konsumen merupakan bagian terpenting pada pengulangan pembelian pada konsumen. loyalitas pelanggan tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis, tetapi juga dapat menarik konsumen baru (Beerli dkk., 2004).

Pada jangka pendek, memperbaiki loyalitas konsumen akan membawa *profit* pada penjualan. *Profit* merupakan motif utama konsistensi bisnis, karena dengan keuntungan maka roda perputaran bisnis dari variasi produk dan jasa yang ditawarkan maupun perluasan pasar yang dilayani (Soeling, 2007). Dalam jangka panjang, memperbaiki loyalitas umumnya akan lebih profitabel, yakni konsumen bersedia membayar harga lebih tinggi, penyediaan layanan yang lebih murah dan bersedia merekomendasikan ke konsumen yang baru.

Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti complain konsumen. dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen (Elu, 2007).

Pelayanan yang baik, sangat penting untuk para karyawan memperhatikan konsumennya. Kualitas pelayanan dapat dinilai dari banyak faktor yang berhubungan, dimana kualitas pelayanan dapat dinilai dari persepsi konsumen dalam menikmati barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen, sehingga yang dirasakan oleh konsumen adalah keinginan yang selalu terpenuhi dan harapan terhadap performa barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen dapat diterima.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2005). kepuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan nasabah sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang

dibeli tersebut. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen.

Model Pengukuran Kepuasan Konsumen

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumen. Hamdani dkk (2006) mengemukakan terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran
Setiap perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan konsumen.
2. Survei kepuasan konsumen
Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen dan sekaligus juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap konsumen:
 - a. *Directly reported satisfaction*
Pengukuran dilakukan secara langsung, melalui pertanyaan dengan skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.
 - b. *Derived dissatisfaction*
Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya yang mereka rasakan.
 - c. *Problem analysis*
Konsumen yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.
 - d. *Importance-performance analysis*
Dalam teknik ini, responden diminta untuk merangking berbagai elemen (atribut) dari



PROSIDING
SEMINAR NASIONAL EKONOMI (SNE) V TAHUN 2017
“Percepatan Pembangunan Ekonomi Nasional Dengan
Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Daerah”
Lhokseumawe, 17 Oktober 2017



penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu responden juga diminta merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/ atribut tersebut.

Pelayanan Kepuasan Konsumen

Pelayanan tidak hanya menjadi tuntutan dari konsumen, tetapi juga untuk manajemen perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen. Rumah makan atau biasa disebut dengan restoran menurut Kusumawaty (2012), merupakan tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial, yang mempekerjakan pelayan-pelayan untuk tamunya dengan menyajikan hidangan berupa makanan dan minuman.

Menurut Suryaningtyas, et al. (2013), kualitas pelayanan merupakan salah satu syarat kelangsungan hidup dari suatu perusahaan atau instansi, tingginya kualitas pelayanan yang diberikan akan tercermin pada aspek kepuasan pengguna jasa. Menurut Supriatin (2009), kepuasan konsumen merupakan bagian yang sangat penting dalam rangka keberhasilan suatu bisnis.

Banyak perusahaan yang menyatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah untuk memuaskan konsumen. Banyak ragam pengungkapannya, karena kepuasan itu adalah sesuatu yang abstrak dan sulit diukur.

METODE PENELITIAN

Model Yang Digunakan

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model kualitatif, model ini merupakan model yang memproyeksikan hasil penelitian melalui presentase data dengan menggunakan beberapa aplikasi perhitungan.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan *ServQual* untuk melakukan pengujian hipotesis yang diajukan, beberapa hipotesis yang akan diajukan berdasarkan kerangka peubah yang diukur yaitu indikator tangible, reliable, responsiveness, assurance dan empathy dengan menggunakan skala likert dalam penilaiannya.

Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara
Tim akan melakukan wawancara dengan pemilik UD. Udep Beusare, dan juga operator mobil penggilingan di UD tersebut.
2. Metode Pengolahan Data *ServQual*
Kuisisioner akan dibagikan kepada konsumen untuk mengetahui bagaimana pelayanan, keamanan, dan kesehatan melalui metode *ServQual* dengan menggunakan variable tangible, reliable, responsiveness, assurance, dan empathy.
3. Pemeriksaan Dokumen
Untuk memperoleh informasi dengan menelusuri literatur yang ada, dan menggali teori-teori tentang ergonomic yang telah berkembang.

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data Sekunder, data sekunder yaitu Data yang diperoleh lewat pihak lain atau sumber lain, tidak langsung diperoleh oleh penulis dari subyek penelitiannya. Data sekunder dalam penelitian ini berupa; Data kualitatif yaitu data yang berupa informasi untuk mengisi kuisisioner, data kuisisioner tersebut adalah beberap indikator yang dilahirkan dari variable-variabel *ServQual* yaitu, tangible, reliable, responsiveness, assurance, dan empathy.

Pendekatan Yang Digunakan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *servQual*, yang mencakup service dan quality terhadap kemandirian, kesehatan dan kepuasan konsumen, adapun variabel yang digunakan untuk meneliti yaitu :

- a. Tangible
Variable ini digunakan untuk meneliti bagaimana penampilan mobil mesin penggilingan padi, ergonomi fasilitas, penampilan karyawan energik dan rapi



PROSIDING
SEMINAR NASIONAL EKONOMI (SNE) V TAHUN 2017
“Percepatan Pembangunan Ekonomi Nasional Dengan
Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Daerah”
Lhokseumawe, 17 Oktober 2017



- b. **Reliable**
Variabel digunakan untuk meneliti bagaimana pengoperasian mobil mesin penggilingan padi, ketepatan melayani masyarakat, kesungguhan dalam melayani
- c. **Responsiveness**
Variable ini digunakan untuk meneliti bagaimana lama waktu mesin beroperasi, memberikan informasi yang tepat.
- d. **Assurance**
Variable ini digunakan untuk meneliti bagaimana memberikan rasa aman dalam pelayanan, adanya jaminan keamanan, keterampilan dalam pelayanan.
- e. **Empathy**
Variable ini digunakan untuk meneliti bagaimana perhatian dalam menerima complain, mengenal lebih jauh tentang konsumen, permohonan maaf atas pelayanan kurang baik

Dari hasil dan pembahasan Analisis ServQual dalam Mengukur Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen:

1. Hasil Tingkat kualitas pelayanan oleh operator kepada konsumen/masyarakat yang diberikan tidak memuaskan karena tidak terpenuhinya kebutuhan dan keinginan konsumen masyarakat ditunjukkan pada lima dimensi (kehandalan, daya tanggap, jaminan, perhatian, dan bukti fisik), sehingga kelima dimensi pelayanan tersebut perlu dilakukan perbaikan dan atribut yang untuk Nilai rata-rata atribut kualitas pelayanan dan Gap setiap atribut.
2. Analisis konsumen untuk operator dalam pelayanan yang diberikan oleh masyarakat memuaskan yang dihasilkan oleh pengolahan kuesioner yang diberikan konsumen oleh responden. indikator-indikator yang menjadi penilaian dalam pengukuran kualitas pelayanan yang diberikan oleh operator yang mempunyai indikator komponennya Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Perhatian, Bukti Fisik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem Pengukuran Mutu layanan

Pengukuran kualitas jasa dalam model Servqual ini didasarkan pada skala multiitem yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi responden. Serta Gap diantara keduanya pada lima dimensi kualitas jasa yaitu (tangible, reliability, responsiveness, Assurance dan empathy), kelima dimensi kualitas tersebut dijabarkan dalam beberapa butir pertanyaan untuk atribut harapan dan variabel persepsi berdasarkan skala likert. (Harijanto Budi : 2014).

Penentuan Atribut

Atribut kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian dengan menggunakan metode Servqual untuk tiap pasang pertanyaan bagi masing-masing konsumen. (Detail data dapat dilihat pada lampiran.)

KESIMPULAN

SARAN

Berdasarkan penelitian yang saat ini sedang berjalan, berikut adalah saran yang dapat disampaikan :

1. Saran untuk penelitian selanjutnya, diharapkan responden yang digunakan adalah terdiri dari masing-masing desa dan masyarakat sehingga dapat diberikan penilaian masing-masing operator pada setiap mobil penggilingan padi .
2. Untuk analisis diharapkan mampu memperbaiki atribut-atribut kualitas pelayanan operator yang telah diberikan pada setiap dimensinya terutama atribut yang menjadi prioritas utama.

DAFTAR PUSTAKA

- Beerli, A., Martin, J.D., & Quintana, A. 2004. A Model of Customer Loyalty in The Retail Banking Market. European Journal of Marketing
- Elu, Balthasar. 2007. Manajemen Penanganan Komplain Konsumen di Industri Jasa. Jurnal Ilmu Administrasi



PROSIDING
SEMINAR NASIONAL EKONOMI (SNE) V TAHUN 2017
“Percepatan Pembangunan Ekonomi Nasional Dengan
Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Daerah”
Lhokseumawe, 17 Oktober 2017



- dan Organisasi, *Bisnis&Birokrasi*, Vol. 13, No. 3 (September) diakses 26 Februari 2016
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*. 11st edition. Prentice Hall, New Jersey
- Harijanto Budi, Ariyanto Yuri. 2014. “Sistem Informasi Pengukuran Kepuasan Pelanggan. *Jurnal. Politeknik Negeri Malang*
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 (11th ed.)*. (Benyamin Molan, Penerjemah). Jakarta: PT. Indeks.
- Kusumawaty, A. 2012. Aplikasi Pemesanan Makanan Pada Restoran Berbasis Android dan PHP Menggunakan Protokol JSON. *Jurnal Teknologi Industri 1(5) : 02*.
- Lupiyoadi, R & Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Parasuraman, A., Berry, Leonard L, and Zeithaml, Valerie A. 1988, “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”. *Journal of Retailing*, Vol; 64 (Spring), pp. 12-40.
- Prof.J.Supranto, M.A.,APU. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Suharyadi dan Purwanto. 2010. *Statistika: Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Salemba Empat. Jakarta.
- Soetjipto, Budi, W. 1997. *Service Quality : Alternatif Pendekatan dan Berbagai Persoalan di Indonesia*. Usahawan, Tahun XXVI, No 01, Januari, Jakarta
- Soeling, Pantius D. 2007, *Pertumbuhan Bisnis dan Tanggung jawab sosial perusahaan*. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Bisnis & Birokrasi*, Vol. 15, No 1(Januari)
- Suryaningtyas, D., Harahab, N., Riniwati, H. 2013. Analisis Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Nelayan) di UPTD Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Popoh, Desa Besole Kecamatan Besuki Tulungagung, Jawa Timur. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Ilmu Kelautan 1(1): 43*.
- Supriatin, A.N. 2009. Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Variabel Fasilitas, Harga, Dan Citra Perusahaan (Studi Kasus Tmbookstore Depok). *Jurnal Ekonomi Manajemen 1(1) : 5*.
- Tjiptono, F., dan Gregorius, C. 2011. *Service, Quality & Satisfaction (Edisi 3)*. CV ANDI Offset. Yogyakarta.



PROSIDING
SEMINAR NASIONAL EKONOMI (SNE) V TAHUN 2017
*“Percepatan Pembangunan Ekonomi Nasional Dengan
 Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Daerah”*
 Lhokseumawe, 17 Oktober 2017



LAMPIRAN

Tabel 1 Atribut Pelayanan kepada Langgan

Reliability (Kehandalan)	
X1.1	Kecepatan dalam penggilingan padi
X1.2	Ketepatan dalam mengukur padi dalam penggilingan
X1.3	Kemudahan dalam mencari mobil penggilingan padi
Responsiveness (Daya Tanggap)	
X2.1	Operator cepat merespon ketika dipanggil
X2.2	Operator bersedia membantu konsumen jika dibutuhkan oleh konsumen
X2.3	Operator memiliki kedewasaan, Kesabaran dan ketelatenan dalam melayani konsumen
Assurance (Jaminan)	
X3.1	Tidak ada pertukaran beras pada saat proses penggilingan
X3.2	Tidak banyak beras yang patah pada saat proses penggilingan
X3.3	Hasil beras penggilingan berkualitas tinggi
X3.4	Operator memberikan informasi tentang padi yang akan dilakukan penggilingan
Empathy (Perhatian)	
X4.1	Operator memberikan kelebihan hasil penggilingan padi
X4.2	Operator mendengarkan dan menerima keluhan konsumen
X4.3	waktu pembukaan tepat waktu
Tangible (Bukti Fisik)	
X5.1	Kualitas beras yang di proses banyak yang tidak patah
X5.2	Kebersihan mesin, Kenyamanan dan tempat kerapian mobil penggilingan padi
X5.3	Ketersediaan tempat hopper yang terjangkau oleh operator
X5.4	Tidak Banyaknya polusi dari hasil mobil penggilingan padi
X5.5	Mesin penggilingan yang cepat dan handal

Atribut Kualitas Pelayanan

Tabel 2 Data Atribut Kualitas Pelayanan

Dimensi	Atribut	Koef. Validitas		r Tabel
		TH	TP	
Kehandalan	X1.1	0,725	0,748	0,196
	X1.2	0,813	0,870	0,196
	X1.3	0,733	0,803	0,196
Daya Tanggap	X2.1	0,875	0,816	0,196
	X2.2	0,872	0,909	0,196
	X2.3	0,868	0,848	0,196
Jaminan	X3.1	0,780	0,753	0,196
	X3.2	0,569	0,756	0,196
	X3.3	0,782	0,789	0,196



PROSIDING
SEMINAR NASIONAL EKONOMI (SNE) V TAHUN 2017
*“Percepatan Pembangunan Ekonomi Nasional Dengan
 Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Daerah”*
 Lhokseumawe, 17 Oktober 2017



Dimensi	Atribut	Koef. Validitas		r Tabel
		TH	TP	
Perhatian	X3.4	0,787	0,759	0,196
	X4.1	0,867	0,889	0,196
	X4.2	0,874	0,864	0,196
Bukti Fisik	X4.3	0,444	0,380	0,196
	X5.1	0,873	0,789	0,196
	X5.2	0,878	0,862	0,196
	X5.3	0,805	0,767	0,196
	X5.4	0,776	0,785	0,196
	X5.5	0,598	0,617	0,196

Nilai Tingkat Harapan (TH)

Tabel 3 Nilai Tingkat Harapan (TH)

DIMENSI	ATRIBUT	KOEF. VALIDITAS
Kehandalan	X1.1	0,725
	X1.2	0,813
	X1.3	0,733
Daya Tanggap	X2.1	0,875
	X2.2	0,872
	X2.3	0,868
Jaminan	X3.1	0,780
	X3.2	0,569
	X3.3	0,782
	X3.4	0,787
Perhatian	X4.1	0,867
	X4.2	0,874
	X4.3	0,444
Bukti Fisik	X5.1	0,873
	X5.2	0,878
	X5.3	0,805
	X5.4	0,776
	X5.5	0,598



PROSIDING
SEMINAR NASIONAL EKONOMI (SNE) V TAHUN 2017
*“Percepatan Pembangunan Ekonomi Nasional Dengan
 Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Daerah”*
 Lhokseumawe, 17 Oktober 2017



Nilai Tingkat Harapan dan Tingkat persepsi

Tabel 4 Nilai Gabungan TH dan TP

Dimensi	Atribut	Koef. Validitas	
		TH	TP
Kehandalan	X1.1	0,725	0,748
	X1.2	0,813	0,870
	X1.3	0,733	0,803
Daya Tanggap	X2.1	0,875	0,816
	X2.2	0,872	0,909
	X2.3	0,868	0,848
Jaminan	X3.1	0,780	0,753
	X3.2	0,569	0,756
	X3.3	0,782	0,789
	X3.4	0,787	0,759
Perhatian	X4.1	0,867	0,889
	X4.2	0,874	0,864
	X4.3	0,444	0,380
Bukti Fisik	X5.1	0,873	0,789
	X5.2	0,878	0,862
	X5.3	0,805	0,767
	X5.4	0,776	0,785
	X5.5	0,598	0,617

Nilai rata-rata atribut kualitas pelayanan dan Gap setiap atribut

	Variabel Kualitas Pelayanan	X	Y	\bar{U}	\hat{Y}	GAP
1	A. Reliability (Kehandalan)					
	X1.1. Kecepatan dalam penggilingan padi	279	424	2.82	4.28	-1.46
	X1.2. Ketepatan dalam mengukur padi dalam penggilingan	350	398	3.54	4.02	-0.48
	X1.3. Kemudahan dalam mencari mobil penggilingan padi	363	375	3.67	3.79	-0.12
		3.31	3.99	0.03	0.04	
2	B. Responsiveness (Daya Tanggap)					
	X2.1. Operator cepat merespon ketika dipanggil	345	386	3.48	3.9	-0.42
	X2.2. Operator bersedia membantu konsumen jika dibutuhkan oleh konsumen	363	393	3.67	3.97	-0.3
	X2.3. Operator memiliki kedewasaan, Kesabaran dan ketelatenan dalam melayani konsumen	340	366	3.43	3.7	-0.27
		3.49	3.82	0.04	0.04	
3	C. Assurance (Jaminan)					
	X3.1. Tidak ada pertukaran beras pada saat proses penggilingan	367	402	3.71	4.06	-0.35
	X3.2. Tidak banyak beras yang patah pada saat proses	348	434	3.52	4.38	-0.86



PROSIDING
SEMINAR NASIONAL EKONOMI (SNE) V TAHUN 2017
“Percepatan Pembangunan Ekonomi Nasional Dengan
Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Daerah”
Lhokseumawe, 17 Oktober 2017



	penggilingan					
	X3.3.Hasil beras penggilingan berkualitas tinggi	351	403	3.55	4.07	-0.52
	X3.4.Operator memberikan informasi tentang padi yang akan dilakukan penggilingan	367	399	3.71	4.03	-0.32
		4.78	5.46	0.05	0.06	
4	D. Empathy (Empati)					
	X4.1.Operator memberikan kelebihan hasil penggilingan padi	377	391	3.81	3.95	-0.14
	X4.2.Operator mendengarkan dan menerima keluhan konsumen	335	368	3.59	3.72	-0.13
	X4.3.waktu pembukaan tepat waktu	347	366	3.51	3.7	-0.19
		3.53	3.75	0.04	0.04	
5	E. Tangible (Bukti Fisik)					
	X5.1.Kualitas beras yang di proses banyak yang tidak patah	360	368	3.66	3.75	-0.09
	X5.2.Kebersihan mesin, Kenyamanan dan tempat kerapian mobil penggilingan padi	389	408	3.93	4.12	-0.19
	X5.3.Ketersediaan tempat hopper yang terjangkau oleh operator	368	387	3.91	4.23	-0.32
	X5.4.Tidak Banyaknya polusi dari hasil mobil penggilingan padi	386	403	3.76	4.08	-0.32
	X5.5.Mesin penggilingan yang cepat dan handal	326	418	3.29	4.26	-0.97
		6.10	6.61	0.06	0.07	

Nilai rata-rata atribut kualitas pelayanan

	Variabel Kualitas Pelayanan	X	Y	\bar{U}	\bar{Y}
1	A.Reliability (Kehandalan)				
	X1.1.Kecepatan dalam penggilingan padi	279	424	2.82	4.28
	X1.2.Ketepatan dalam mengukur padi dalam penggilingan	350	398	3.54	4.02
	X1.3.Kemudahan dalam mencari mobil penggilingan padi	363	375	3.67	3.79
2	B.Responsiveness (Daya Tanggap)				
	X2.1.Operator cepat merespon ketika dipanggil	345	386	3.48	3.9
	X2.2.Operator bersedia membantu konsumen jika dibutuhkan oleh konsumen	363	393	3.67	3.97
	X2.3.Operator memiliki kedewasaan, Kesabaran dan ketelatenan dalam melayani konsumen	340	366	3.43	3.7
3	C. Assurance (Jaminan)				
	X3.1.Tidak ada pertukaran beras pada saat proses penggilingan	367	402	3.71	4.06
	X3.2.Tidak banyak beras yang patah pada saat proses penggilingan	348	434	3.52	4.38
	X3.3.Hasil beras penggilingan berkualitas tinggi	351	403	3.55	4.07
	X3.4.Operator memberikan informasi tentang padi yang akan dilakukan penggilingan	367	399	3.71	4.03
4	D. Empathy (Empati)				
	X4.1.Operator memberikan kelebihan hasil penggilingan	377	391	3.81	3.95



PROSIDING
SEMINAR NASIONAL EKONOMI (SNE) V TAHUN 2017
“Percepatan Pembangunan Ekonomi Nasional Dengan
Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Daerah”
Lhokseumawe, 17 Oktober 2017



	padi				
	X4.2.Operator mendengarkan dan menerima keluhan konsumen	335	368	3.59	3.72
	X4.3.waktu pembukaan tepat waktu	347	366	3.51	3.7
5	E. Tangible (Bukti Fisik)				
	X5.1.Kualitas beras yang di proses banyak yang tidak patah	360	368	3.66	3.75
	X5.2.Kebersihan mesin, Kenyamanan dan tempat kerapian mobil penggilingan padi	389	408	3.93	4.12
	X5.3.Ketersediaan tempat hopper yang terjangkau oleh operator	368	387	3.91	4.23
	X5.4.Tidak Banyaknya polusi dari hasil mobil penggilingan padi	386	403	3.76	4.08
	X5.5.Mesin penggilingan yang cepat dan handal	326	418	3.29	4.26