

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Data Penelitian

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya dibandingkan dengan harapan konsumen. Dalam hal ini penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian dengan judul Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Gas LPG Industri Pada PT Jaya Gas Indonesia Dengan Menggunakan Metode *Servqual*.

Penyebaran kuesioner sebanyak 35 dari total responden didalam populasi, namun demikian sebanyak 35 kuesioner kembali dan dinyatakan layak untuk diolah dan dianalisa. Data selengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.1.

Ikhtisar Penyebaran dan Pengambilan Kuesioner

No	Responden LPG	Kuesioner disebar	Kuesioner kembali	Kuesioner tidak dapat digunakan	Kuesioner dapat diolah
1	Wilayah Timur	9	9	0	9
2	Wilayah Barat	9	9	0	9
3	Odourless	9	9	0	9
4	Global Bitumen Utama	8	8	0	8

Jumlah	35	35	0	35
N Sampel :35				
<i>Responden Rate</i> : $(35/35) \times 100\% = 100\%$				

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

4.1.1. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah pemakai ELPIJI bulk & odourless yang merupakan *customer existing* perusahaan PT Jaya Gas Indonesia pada Divisi Unit LPG Bulk dan Odourless. Jumlah responden pada penelitian ini adalah berjumlah 35 perusahaan. Berikut adalah hasil penelitian karakteristik responden sebagai berikut:

1. Frekuensi Responden Dalam Pemakaian Elpiji

Tabel IV.2.

Frekuensi Responden Pemakaian ELPIJI

Pemakaian	Frekuensi	Persentase
Pertama kali	0	0%
1 s.d 5 kali	0	0%
6 s.d 10 kali	1	2,86%
> 10 kali	34	97,14%
TOTAL	35	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Dari tabel data diatas diperoleh bahwa hasil kuesioner paling banyak responden berdasarkan frekuensi pemakaian elpiji PT Jaya Gas Indonesia adalah rata-rata pemakaian 6 sampai dengan 10 kali hanya ada 1 responden dan pemakaian lebih dari 10 kali ada 34 responden. Sehingga data ini menunjukkan

bahwa mayoritas frekuensi pemakaian elpiji setiap respondennya adalah sudah lebih dari 10 kali.

2. Frekuensi Responden Dalam Pemakaian Terakhir Elpiji

Tabel IV.3.

Frekuensi Responden Dalam Pemakaian Terakhir Elpiji

Pemakaian	Frekuensi	Persentase
> 3 bulan yang lalu	34	97,14%
1 s.d 2 bulan yang lalu	1	2,86%
3 s.d 12 bulan yang lalu	0	0%
> 2 tahun yang lalu	0	0%
TOTAL	35	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Dari tabel data diatas diperoleh bahwa hasil kuesioner paling banyak responden berdasarkan frekuensi pemakaian terakhir elpiji PT Jaya Gas Indonesia adalah rata-rata 1 sampai dengan 2 bulan lalu pemakaian hanya ada 1 responden dan pemakaian kurang dari 3 bulan ada 34 responden. Sehingga data ini menunjukkan bahwa mayoritas frekuensi pemakaian elpiji terkahir setiap respondennya adalah kurang dari 3 bulan yang lalu.

4.2. Analisis Hasil Data Penelitian

Analisis hasil data akan menjelaskan tentang tanggapan responden pada setiap pertanyaan yang diajukan penulis, yaitu tentang kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan LPG industri, yang mana kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

4.2.1. Analisis Tingkat Kinerja Menurut Dimensi

Penilaian responden terhadap tingkat kinerja atribut jasa di PT Jaya Gas Indonesia, akan diuraikan dibawah ini. Dari hasil penilaian berikut dapat diketahui urutan tingkat kinerja berdasarkan dimensi *servqual*. Dimana berdasarkan skala interval yang digunakan hasil penilaian responden menunjukkan kinerja terhadap kualitas pelayanan jasa elpiji PT Jaya Gas Indonesia. Dari sini akan diketahui skor yang tertinggi dan yang paling rendah dalam setiap aspek dimensi *service quality*.

Berikut ini uraian dari hasil penilaian responden terhadap tingkat kinerja yang diberikan oleh PT Jaya Gas Indonesia.

1. Dimensi Reliability (Kehandalan dalam melayani)

Dimensi ini memiliki nilai rata-rata tertinggi dibandingkan dengan dimensi lainnya yaitu 4,0143. Dalam dimensi ini terdapat atribut jasa pelayanan yang pelaksanaannya yang dianggap oleh pelanggan puas yaitu kehandalan dalam melayani. Adapun atribut yang mempengaruhi dimensi ini sebagai berikut:

- a. Karyawan (marketing) menguasai product knowledge gas yang ditawarkan kepada pelanggan dengan skor rata-rata 3,8857. Pada skala interval, skor 3,8857 menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas.
- b. Kemudahan menghubungi (komunikasi) karyawan apabila diperlukan dengan skor rata-rata 4,0000. Pada skala interval, skor 4,0000 menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas.

- c. Kemampuan karyawan dalam menindaklanjuti keluhan dengan skor rata-rata 4,0000. Pada skala interval, skor 4,0000 menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas.
- d. Kesigapan karyawan dalam melayani dengan skor 4,0938. Pada skala interval, skor 4,0938 menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas.

Distribusi frekuensi skor variabel ini secara lengkap diikhtisarkan pada gambar dan tabel seperti berikut ini:

NO	ATTRIBUT	TINGKAT KINERJA					SKOR (Xi)	N	$\bar{X}$
		Tidak Puas	Kurang Puas	Cukup	Puas	Sangat Puas			
		1	2	3	4	5			
II.	RELIABILITY (Kehandalan dalam melayani)								
1	Karyawan (marketing) menguasai <i>product knowledge</i> gas yang ditawarkan kepada pelanggan		1	10	16	8	136	35	3,8857
2	Kemudahan menghubungi (komunikasi) karyawan kami apabila Bapak/Ibu memerlukannya		1	5	22	7	140	35	4,0000
3	Kemampuan karyawan kami dalam menindaklanjuti keluhan pelanggan			8	19	8	140	35	4,0000
4	Kesigapan karyawan kami dalam melayani			5	19	11	146	35	4,1714
	Jumlah						562		
	Nilai Rata-Rata untuk Dimensi Reliability								4,0143

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Gambar IV.1. Penilaian Responden Pada Atribut *Reliability*

Tabel IV.4.**Distribusi Frekuensi Skor Dimensi *Relability***

		Reliability1	Reliability2	Reliability3	Reliability4
N	Valid	35	35	35	35
	Missing	0	0	0	0
Mean		3,8857	4,0000	4,0000	4,1714
Median		4,0000	4,0000	4,0000	4,0000
Sum		136,00	140,00	140,00	146,00

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 20.0 (2016)

2. Dimensi Responsiveness (Sikap Tanggap dan Peduli)

Dimensi ini menempati urutan kedua tertinggi dengan nilai rata-rata yaitu sebesar 4,0071. Dalam dimensi ini terdapat atribut jasa pelayanan yang pelaksanaannya dianggap puas oleh pelanggan, yaitu sikap tanggap dan peduli dalam melayani. Adapun atribut yang mempengaruhi dimensi ini sebagai berikut:

- a. Pelayanan bila ada permintaan mendadak diluar jadwal dengan skor rata-rata 4,2571. Pada skala interval, skor 4,2571 menunjukkan bahwa pelanggan merasa sangat puas.
- b. Kecepatan dalam memberikan informasi lisan maupun tulisan jika terjadi permasalahan dalam pengiriman dengan skor rata-rata 3,9429. Pada skala interval, skor 3,9429 menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas.
- c. Tanggap terhadap masalah yang dihadapi pelanggan dengan skor rata-rata 3,9429. Pada skala interval, skor 3,9429 menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas.

- d. Karyawan bersedia membantu kesulitan teknis di lapangan dengan tepat dan tanggap dengan skor rata-rata 3,8857. Pada skala interval, skor 3,8857 menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas.

Distribusi frekuensi skor variabel ini secara lengkap diikhtisarkan pada gambar dan tabel seperti berikut ini:

NO	ATTRIBUT	TINGKAT KINERJA					SKOR (Xi)	N	$\bar{X}$
		Tidak Puas	Kurang Puas	Cukup	Puas	Sangat Puas			
		1	2	3	4	5			
I	RESPONSIVENESS (Sikap Tanggap dan Peduli)								
1	Pelayanan bila ada permintaan mendadak diluar jadwal		1	4	15	15	149	35	4,2571
2	Kecepatan dalam memberikan informasi lisan maupun tulisan jika terjadi permasalahan dalam pelayanan/pengiriman			9	19	7	138	35	3,9429
3	Tanggap terhadap masalah yang dihadapi pelanggan			8	21	6	138	35	3,9429
4	Karyawan bersedia membantu kesulitan teknis di lapangan dengan tepat dan tanggap		1	8	20	6	136	35	3,8857
	Jumlah						561		
	Nilai Rata-Rata untuk Dimensi Responsiveness								4,0071

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Gambar IV.2. Penilaian Responden Pada Atribut *Responsiveness*

Tabel IV.5.

Distribusi Frekuensi Skor Dimensi *Responsiveness*

	<i>Responsiveness1</i>	<i>Responsiveness2</i>	<i>Responsiveness3</i>	<i>Responsiveness4</i>
N Valid	35	35	35	35
Missing	0	0	0	0
Mean	4,2571	3,9429	3,9429	3,8857
Median	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000
Sum	149,00	138,00	138,00	136,00

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 20.0 (2016)

3. Dimensi *Assurance* (Jaminan Kepastian)

Dimensi ini menempati urutan ketiga tertinggi dengan nilai rata-rata 3,9786. Dalam dimensi ini terdapat atribut jasa pelayanan yang pelaksanaannya yang dianggap oleh pelanggan puas yaitu jaminan kepastian dalam melayani. Adapun atribut yang mempengaruhi dimensi ini sebagai berikut:

- a. Ketepatan waktu pengiriman dengan skor rata-rata 4,1429. Pada skala interval, skor 4,1429 menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas.
- b. Pengajuan surat penawaran harga sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dengan skor rata-rata 3,7143. Pada skala interval, skor 3,7143 menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas.
- c. Kepastian ketersediaan barang saat pelanggan membutuhkan dengan skor 4,1429. Pada skala interval, skor 4,1429 menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas.
- d. Keyakinan bahwa karyawan kami tidak akan melakukan tindak kecurangan yang bisa merugikan pelanggan dengan skor 3,9143.

Pada skala interval, skor 3,9143 menunjukkan bahwa pelanggan puas.

Distribusi frekuensi skor variabel ini secara lengkap diikhtisarkan pada gambar dan tabel seperti berikut ini:

NO	ATTRIBUT	TINGKAT KINERJA					SKOR (Xi)	N	$\bar{X}$
		Tidak	Kurang	Cukup	Puas	Sangat			
		Puas	Puas			Puas			
		1	2	3	4	5			
III.	ASSURANCE								
	(Jaminan Kepastian)								
1	Ketepatan waktu pengiriman			5	20	10	145	35	4,1429
2	Pengajuan Surat Penawaran Harga sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati		2	12	15	6	130	35	3,7143
3	Kepastian ketersediaan barang saat pelanggan membutuhkan			5	20	10	145	35	4,1429
4	Keyakinan bahwa karyawan kami tidak akan melakukan tindak kecurangan yang bisa merugikan pelanggan			12	14	9	137	35	3,9143
	Jumlah						557		
	Nilai Rata-Rata untuk Dimensi Assurance								3,9786

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Gambar IV.3. Penilaian Responden Pada Attribut Assurance

Tabel IV.6.**Distribusi Frekuensi Skor Dimensi Assurance**

	Assurance1	Assurance2	Assurance3	Assurance4
Valid N	35	35	35	35
Missing	0	0	0	0
Mean	4,1429	3,7143	4,1429	3,9143
Median	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000
Sum	145,00	130,00	145,00	137,00

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 20.0 (2016)

4. Dimensi Empathy (Perhatian yang diberikan)

Dimensi ini menempati urutan keempat tertinggi dengan nilai rata-rata 3,9214. Dalam dimensi ini terdapat atribut jasa pelayanan yang pelaksanaannya yang dianggap oleh pelanggan puas yaitu perhatian yang diberikan dalam melayani. Adapun atribut yang mempengaruhi dimensi ini sebagai berikut:

- a. Karyawan melayani pelanggan dengan ramah dan sopan dengan skor rata-rata 4,1714. Pada skala interval, skor 4,1714 menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas.
- b. Karyawan mendengarkan dan memperhatikan ketika pelanggan menyampaikan keluhan dengan skor rata-rata 4,0000. Pada skala interval, skor 4,0000 menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas.
- c. Karyawan melakukan komunikasi secara lisan atau tertulis secara rutin dengan pelanggan dengan skor rata-rata 3,7143. Pada skala interval, skor 3,7143 menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas.

- d. Karyawan membantu memecahkan masalah teknis di lapangan yang dihadapi pelanggan dengan skor rata-rata 3,8000. Pada skala interval, skor 3,8000 menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas.

Distribusi frekuensi skor variabel ini secara lengkap diikhtisarkan pada gambar dan tabel seperti berikut ini:

NO	ATTRIBUT	TINGKAT KINERJA					SKOR (Xi)	N	$\bar{X}$
		Tidak Puas	Kurang Puas	Cukup	Puas	Sangat Puas			
		1	2	3	4	5			
IV	EMPHATY (Perhatian yang Diberikan)								
1	Karyawan (marketing) melayani pelanggan dengan ramah dan sopan			4	21	10	146	35	4,1714
2	Karyawan mendengarkan dan memperhatikan ketika pelanggan menyampaikan keluhan			5	25	5	140	35	4,0000
3	Karyawan (marketing) melakukan komunikasi lisan atau tertulis secara rutin dengan pelanggan		4	7	19	5	130	35	3,7143
4	Karyawan membantu memecahkan masalah teknis di lapangan yang dihadapi konsumen			11	20	4	133	35	3,8000
	Jumlah						549		
	Nilai Rata-Rata untuk Dimensi Empathy								3,9214

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Gambar IV.4. Penilaian Responden Pada Atribut *Empathy*

Tabel IV.7.
Distribusi Frekuensi Skor Dimensi *Empathy*

		Empathy1	Empathy2	Empathy3	Empathy4
N	Valid	35	35	35	35
	Missing	0	0	0	0
Mean		4,1714	4,0000	3,7143	3,8000
Median		4,0000	4,0000	4,0000	4,0000
Sum		146,00	140,00	130,00	133,00

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 20.0 (2016)

5. Dimensi *Tangibility* (Keadaan Fisik)

Dimensi ini menempati urutan kelima tertinggi dengan nilai rata-rata 3,9200. Dalam dimensi ini terdapat attribut jasa pelayanan yang pelaksanaannya yang dianggap oleh pelanggan puas yaitu kondisi dan fasilitas yang dalam melayani. Adapun attribut yang mempengaruhi dimensi ini sebagai berikut:

- a. Kondisi dan fasilitas pelayanan yang memadai dan baik dengan skor rata-rata 4,000. Pada skala interval, skor 4,000 menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas.
- b. Kelengkapan dokumen pengiriman (surat jalan atau surat penerimaan barang) dengan skor rata-rata 4,0286. Pada skala interval, skor 4,0286 menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas.
- c. Kelengkapan karyawan mengenai identitas dan APD pada saat pengiriman dengan skor rata-rata 3,8000. Pada skala interval, skor 3,8000 menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas.

- d. Tanggapan terhadap volume pengiriman (isi gas) dengan skor rata-rata 3,9429. Pada skala interval, skor 3,9429 menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas.
- e. Tanggapan terhadap kualitas bau dan tekanan gas yang dikirim atau diterima dengan skor rata-rata 3,8286. Pada skala interval, skor 3,8286 menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas.

Distribusi frekuensi skor variabel ini secara lengkap diikhtisarkan pada gambar dan tabel seperti berikut ini:

NO	ATTRIBUT	TINGKAT KINERJA					SKOR (Xi)	N	$\bar{X}$
		Tidak Puas	Kurang Puas	Cukup	Puas	Sangat Puas			
V.	TANGIBILITY (Keadaan Fisik)	1	2	3	4	5			
1	Kondisi dan fasilitas pelayanan memadai dan baik (truk tangki dan perlengkapannya)			8	19	8	140	35	4,0000
2	Kelengkapan dokumen pengiriman (Surat Jalan / SPB)			8	18	9	141	35	4,0286
3	Kelengkapan karyawan mengenai identitas dan APD (Alat Pelindung Diri) pada saat pengiriman			13	16	6	133	35	3,8000
4	Tanggapan terhadap volume pengiriman (isi)			10	17	8	138	35	3,9429
	Khusus Pelanggan Odourless								
5	Tanggapan terhadap kualitas (bau dan tekanan) gas yang dikirim/diterima			13	15	7	134	35	3,8286
	Jumlah						686		
	Nilai Rata-Rata untuk Dimensi Tangibles								3,9200

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Gambar IV.5. Penilaian Responden Pada Atribut *Tangibility*

Tabel IV.8.
Distribusi Frekuensi Skor Dimensi *Tangibility*

	Tangibility1	Tangibility2	Tangibility3	Tangibility4	Tangibility5
N Valid	35	35	35	35	35
N Missing	0	0	0	0	0
Mean	4,0000	4,0286	3,8000	3,9429	3,8286
Median	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000
Sum	140,00	141,00	133,00	138,00	134,00

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 20.0 (2016)

4.2.2. Analisis Tingkat Kepentingan Menurut Dimensi

Penilaian responden terhadap tingkat kepentingan atribut jasa kualitas pelayanan PT Jaya Gas Indonesia akan diuraikan berdasarkan gambar dan tabel dibawah ini. Dari hasil penilaian berikut dapat diketahui urutan tingkat kepentingan berdasarkan dimensi *servqual*, dimana berdasarkan skala interval yang digunakan hasil penelitian responden menunjukkan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan LPG PT Jaya Gas Indonesia untuk setiap dimensinya.

Berikut ini uraian dari hasil penilaian responden terhadap tingkat kepentingan yang diberikan oleh PT Jaya Gas Indonesia.

1. Dimensi *Assurance* (Jaminan Kepastian)

Dimensi ini memiliki nilai rata-rata tertinggi dibandingkan dengan dimensi lainnya, yaitu sebesar 4,4929. Dalam dimensi ini terdapat atribut jasa pelayanan yang tingkat kepentingannya dianggap sangat penting oleh pelanggan, yaitu jaminan kepastian dalam melayani. Adapun atribut yang mempengaruhi dimensi ini sebagai berikut:

- a. Ketepatan waktu pengiriman dengan skor rata-rata 4,6000. Pada skala interval, skor 4,6000 menunjukkan bahwa harapan pelanggan sangat penting.
- b. Pengajuan surat penawaran harga sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dengan skor rata-rata 4,3429. Pada skala interval, skor 4,3429 menunjukkan bahwa harapan pelanggan sangat penting.
- c. Kepastian ketersediaan barang saat pelanggan membutuhkan dengan skor 4,5429. Pada skala interval, skor 4,5429 menunjukkan bahwa harapan pelanggan sangat penting.
- d. Keyakinan bahwa karyawan kami tidak akan melakukan tindak kecurangan yang bisa merugikan pelanggan dengan skor 4,4857. Pada skala interval, skor 4,4857 menunjukkan bahwa harapan pelanggan sangat penting.

Distribusi frekuensi skor variabel ini secara lengkap diikhtisarkan pada gambar dan tabel seperti berikut ini:

NO	ATTRIBUT	TINGKAT KEPENTINGAN					SKOR (Xi)	N	$\bar{Y}$
		Tidak Penting	Kurang Penting	Cukup	Penting	Sangat Penting			
		1	2	3	4	5			
I	ASSURANCE (Jaminan Kepastian)								
1	Ketepatan waktu pengiriman			1	12	22	161	35	4,6000
2	Pengajuan Surat Penawaran Harga sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati			2	19	14	152	35	4,3429
3	Kepastian ketersediaan barang saat pelanggan membutuhkan				16	19	159	35	4,5429
4	Keyakinan bahwa karyawan kami tidak akan melakukan tindak kecurangan yang bisa merugikan pelanggan			3	12	20	157	35	4,4857
	Jumlah						629		
	Nilai Rata-Rata untuk Dimensi Assurance								4,4929

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Gambar IV.6. Penilaian Kepentingan Pada Atribut Assurance

Tabel IV.9.

Distribusi Frekuensi Skor Dimensi Assurance

	Assurance1	Assurance2	Assurance3	Assurance4
Valid	35	35	35	35
Missing	0	0	0	0
Mean	4,6000	4,3429	4,5429	4,4857
Median	5,0000	4,0000	5,0000	5,0000
Sum	161,00	152,00	159,00	157,00

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 20.0 (2016)

2. Dimensi *Tangibility* (Keadaan Fisik)

Dimensi ini menempati urutan kedua tertinggi dengan nilai rata-rata 4,4743. Dalam dimensi ini terdapat atribut jasa pelayanan yang pelaksanaannya yang dianggap sangat penting oleh pelanggan yaitu kondisi dan fasilitas yang dalam melayani. Adapun atribut yang mempengaruhi dimensi ini sebagai berikut:

- a. Kondisi dan fasilitas pelayanan yang memadai dan baik dengan skor rata-rata 4,4571. Pada skala interval, skor 4,4571 menunjukkan bahwa harapan pelanggan sangat penting.
- b. Kelengkapan dokumen pengiriman (surat jalan atau surat penerimaan barang) dengan skor rata-rata 4,4000. Pada skala interval, skor 4,4000 menunjukkan bahwa harapan pelanggan sangat penting.
- c. Kelengkapan karyawan mengenai identitas dan APD pada saat pengiriman dengan skor rata-rata 4,4857. Pada skala interval, skor 4,4857 menunjukkan bahwa harapan pelanggan sangat penting.
- d. Tanggapan terhadap volume pengiriman (isi gas) dengan skor rata-rata 4,5714. Pada skala interval, skor 4,5714 menunjukkan bahwa harapan pelanggan sangat penting.
- e. Tanggapan terhadap kualitas bau dan tekanan gas yang dikirim atau diterima dengan skor rata-rata 4,4571. Pada skala interval, skor 4,4571 menunjukkan bahwa harapan pelanggan sangat penting.

Distribusi frekuensi skor variabel ini secara lengkap diikhtisarkan pada gambar dan tabel seperti berikut ini:

NO	ATTRIBUT	TINGKAT KEPENTINGAN					SKOR (Xi)	N	$\bar{Y}$
II.	TANGIBILITY	Tidak	Kurang	Cukup	Penting	Sangat			
	(Keadaan Fisik)	Penting	Penting			Penting			
		1	2	3	4	5			
1	Kondisi dan fasilitas pelayanan memadai dan baik (truk tangki dan perlengkapannya)			1	17	17	156	35	4,4571
2	Kelengkapan dokumen pengiriman (Surat Jalan / SPB)			2	17	16	154	35	4,4000
3	Kelengkapan karyawan mengenai identitas dan APD (Alat Pelindung Diri) pada saat pengiriman				18	17	157	35	4,4857
4	Tanggapan terhadap volume pengiriman (isi)			2	11	22	160	35	4,5714
	Khusus Pelanggan Odourless								
5	Tanggapan terhadap kualitas (bau dan tekanan) gas yang dikirim/diterima			4	11	20	156	35	4,4571
	Jumlah						783		
	Nilai Rata-Rata untuk Dimensi Tangibles								4,4743

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Gambar IV.7. Penilaian Responden Pada Atribut *Tangibility*

Tabel IV.10.

Distribusi Frekuensi Skor Dimensi *Tangibility*

	Tangibility1	Tangibility2	Tangibility3	Tangibility4	Tangibility5
Valid N	35	35	35	35	35
Missing	0	0	0	0	0
Mean	4,4571	4,4000	4,4857	4,5714	4,4571
Median	4,0000	4,0000	4,0000	5,0000	5,0000
Sum	156,00	154,00	157,00	160,00	156,00

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 20.0 (2016)

3. Dimensi *Responsiveness* (Sikap Tanggap dan Peduli)

Dimensi ini menempati urutan ketiga dengan nilai rata-rata 4,3086. Dalam dimensi ini terdapat atribut jasa pelayanan yang tingkat kepentingan dianggap sangat penting oleh pelanggan, yaitu sikap tanggap dan peduli dalam melayani. Adapun atribut yang mempengaruhi dimensi ini sebagai berikut:

- a. Pelayanan bila ada permintaan mendadak diluar jadwal dengan skor rata-rata 4,5714. Pada skala interval, skor 4,5714 menunjukkan bahwa harapan pelanggan sangat penting.
- b. Kecepatan dalam memberikan informasi lisan maupun tulisan jika terjadi permasalahan dalam pengiriman dengan skor rata-rata 4,2059. Pada skala interval, skor 4,2059 menunjukkan bahwa harapan pelanggan sangat penting.
- c. Tanggap terhadap masalah yang dihadapi pelanggan dengan skor rata-rata 4,1714. Pada skala interval, skor 4,1714 menunjukkan bahwa harapan pelanggan penting.
- d. Karyawan bersedia membantu kesulitan teknis di lapangan dengan tepat dan tanggap dengan skor rata-rata 4,2857. Pada skala interval, skor 4,2857 menunjukkan bahwa harapan pelanggan sangat penting.

Distribusi frekuensi skor variabel ini secara lengkap diikhtisarkan pada gambar dan tabel seperti berikut ini:

NO	ATTRIBUT	TINGKAT KEPENTINGAN					SKOR (Xi)	N	$\bar{Y}$
		Tidak Penting	Kurang Penting	Cukup	Penting	Sangat Penting			
		1	2	3	4	5			
III.	RESPONSIVENESS (Sikap Tanggap dan Peduli)								
1	Pelayanan bila ada permintaan mendadak diluar jadwal				15	20	160	35	4,5714
2	Kecepatan dalam memberikan informasi lisan maupun tulisan jika terjadi permasalahan dalam pelayanan/pengiriman			4	19	11	143	34	4,2059
3	Tanggap terhadap masalah yang dihadapi pelanggan			5	19	11	146	35	4,1714
4	Karyawan bersedia membantu kesulitan teknis di lapangan dengan tepat dan tanggap			2	21	12	150	35	4,2857
	Jumlah						599		
	Nilai Rata-Rata untuk Dimensi Responsiveness								4,3086

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Gambar IV.8. Penilaian Responden Pada Atribut *Responsiveness*

Tabel IV.11.

Distribusi Frekuensi Skor Dimensi *Responsiveness*

		Responsiveness s1	Responsiveness s2	Responsiveness s3	Responsiveness s4
N	Valid	35	35	35	35
	Missing	0	0	0	0
Mean		4,5714	4,1714	4,1714	4,2857
Median		5,0000	4,0000	4,0000	4,0000
Sum		160,00	146,00	146,00	150,00

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 20.0 (2016)

4. Dimensi *Reliability* (Kehandalan dalam Melayani)

Dimensi ini menempati urutan keempat tertinggi dengan nilai rata-rata yaitu 4,3000. Dalam dimensi ini terdapat atribut jasa pelayanan yang tingkat kepentingan dianggap sangat penting oleh pelanggan, yaitu kehandalan dalam melayani. Adapun attribut yang mempengaruhi dimensi ini sebagai berikut:

- a. Karyawan (marketing) menguasai *product knowledge* gas yang ditawarkan kepada pelanggan dengan skor rata-rata 4,1714 Pada skala interval, skor 4,1714 menunjukkan bahwa harapan pelanggan penting.
- b. Kemudahan menghubungi (komunikasi) karyawan apabila diperlukan dengan skor rata-rata 4,4000. Pada skala interval, skor 4,4000 menunjukkan bahwa harapan pelanggan sangat penting.
- c. Kemampuan karyawan dalam menindaklanjuti keluhan dengan skor rata-rata 4,2857. Pada skala interval, skor 4,2,857 menunjukkan bahwa harapan pelanggan sangat penting.
- d. Kesigapan karyawan dalam melayani dengan skor 4,3429. Pada skala interval, skor 4,3429 menunjukkan bahwa harapan pelanggan penting.

Distribusi frekuensi skor variabel ini secara lengkap diikhtisarkan pada gambar dan tabel seperti berikut ini:

NO	ATTRIBUT	TINGKAT KEPENTINGAN					SKOR (Xi)	N	$\bar{Y}$
		Tidak Pentin	Kurang Penting	Cukup	Penting	Sangat Penting			
		1	2	3	4	5			
I.	RELIABILITY (Kehandalan dalam melayani)								
1	Karyawan (marketing) menguasai <i>product knowledge</i> gas yang ditawarkan kepada pelanggan			3	23	9	146	35	4,1714
2	Kemudahan menghubungi (komunikasi) karyawan kami apabila Bapak/Ibu memerlukannya			3	15	17	154	35	4,4000
3	Kemampuan karyawan kami dalam menindaklanjuti keluhan pelanggan			2	21	12	150	35	4,2857
4	Kesigapan karyawan kami dalam melayani			2	19	14	152	35	4,3429
	Jumlah						602		
	Nilai Rata-Rata untuk Dimensi Reliability								4,3000

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Gambar IV.9. Penilaian Responden Pada Atribut *Reliability*

Tabel IV.12.

Distribusi Frekuensi Skor Dimensi *Reliability*

	Reliability1	Reliability2	Reliability3	Reliability4
N Valid	35	35	35	35
Missing	0	0	0	0
Mean	4,1714	4,4000	4,2857	4,3429
Median	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000
Sum	146,00	154,00	150,00	152,00

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 20.0 (2016)

5. Dimensi *Empathy* (Perhatian yang Diberikan)

Dimensi ini menempati urutan kelima tertinggi dengan nilai rata-rata 4,2071. Dalam dimensi ini terdapat atribut jasa pelayanan yang pelaksanaannya yang dianggap sangat penting oleh pelanggan yaitu perhatian yang diberikan dalam melayani. Adapun atribut yang mempengaruhi dimensi ini sebagai berikut:

- a. Karyawan melayani pelanggan dengan ramah dan sopan dengan skor rata-rata 4,3143. Pada skala interval, skor 4,3143 menunjukkan bahwa harapan pelanggan sangat penting.
- b. Karyawan mendengarkan dan memperhatikan ketika pelanggan menyampaikan keluhan dengan skor rata-rata 4,1714. Pada skala interval, skor 4,1714 menunjukkan bahwa harapan pelanggan penting.
- c. Karyawan melakukan komunikasi secara lisan atau tertulis secara rutin dengan pelanggan dengan skor rata-rata 4,1143. Pada skala interval, skor 4,1143 menunjukkan bahwa harapan pelanggan penting.
- d. Karyawan membantu memecahkan masalah teknis di lapangan yang dihadapi pelanggan dengan skor rata-rata 4,2286. Pada skala interval, skor 4,2286 menunjukkan bahwa harapan pelanggan sangat penting.

Distribusi frekuensi skor variabel ini secara lengkap diikhtisarkan pada gambar dan tabel seperti berikut ini:

NO	ATTRIBUT	TINGKAT KEPENTINGAN					SKOR (Xi)	N	$\bar{Y}$
		Tidak Penting	Kurang Penting	Cukup	Penting	Sangat Penting			
I	EMPHATY (Perhatian yang Diberikan)								
1	Karyawan (marketing) melayani pelanggan dengan ramah dan sopan			3	18	14	151	35	4,3143
2	Karyawan mendengarkan dan memperhatikan ketika pelanggan menyampaikan keluhan			4	21	10	146	35	4,1714
3	Karyawan (marketing) melakukan komunikasi lisan atau tertulis secara rutin dengan pelanggan			6	19	10	144	35	4,1143
4	Karyawan membantu memecahkan masalah teknis di lapangan yang dihadapi konsumen			5	17	13	148	35	4,2286
	Jumlah						589		
	Nilai Rata-Rata untuk Dimensi Empathy								4,2071

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Gambar IV.10. Penilaian Responden Pada Atribut *Empathy*

Tabel IV.13.

Distribusi Frekuensi Skor Dimensi *Empathy*

	Empathy1	Empathy2	Empathy3	Empathy4
N Valid	35	35	35	35
Missing	0	0	0	0
Mean	4,3143	4,1714	4,1143	4,2286
Median	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000
Sum	151,00	146,00	144,00	148,00

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS 20.0 (2016)

4.2.3. Analisis Tingkat Kesesuaian antara Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan

Setelah melihat masing masing penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atau pelaksanaan yang dirasakan pelanggan, selanjutnya penulis akan membandingkan skor kepentingan dan skor kinerja yang dirasakan pelanggan LPG industri PT Jaya Gas Indonesia.

Berikut ini uraian dari hasil perbandingan penilaian responden antara tingkat kinerja atau pendapat terhadap tingkat kepentingan atau harapan dari kualitas pelayanan LPG industri yang diberikan oleh PT Jaya Gas Indonesia.

1. Dimensi *Responsiveness* (Sikap Tanggap dan Peduli)

Dimensi ini mempunyai nilai rata-rata tingkat kesesuaian tertinggi dibanding dimensi lainnya, yaitu sebesar 93,70% (sangat puas). Adapun atribut yang mempengaruhi dimensi ini adalah:

- a. Pelayanan bila ada permintaan mendadak diluar jadwal dengan tingkat kesesuaian sebesar 93,13% yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.
- b. Kecepatan dalam memberikan informasi lisan maupun tulisan jika terjadi permasalahan dalam pelayanan atau pengiriman dengan tingkat kesesuaian sebesar 96,50% yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.
- c. Tanggap terhadap masalah yang dihadapi pelanggan dengan tingkat kesesuaian sebesar 94,52% yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.
- d. Karyawan bersedia membantu kesulitan teknis di lapangan dengan tepat dan tanggap dengan tingkat kesesuaian sebesar 90,67 yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.

Tingkat kesesuaian antara tingkat pendapat atau kinerja dan tingkat kepentingan atau harapan secara lengkap diikhtisarkan pada gambar seperti berikut:

NO	ATTRIBUT	SKOR KINERJA (Xi)	SKOR KEPENTINGAN (Yi)	TINGKAT KESESUAIAN (Tki)	KRITERIA *)
I	RESPONSIVENESS (Sikap Tanggap dan Peduli)				
1	Pelayanan bila ada permintaan mendadak diluar jadwal	149	160	93,13	sangat puas
2	Kecepatan dalam memberikan informasi lisan maupun tulisan jika terjadi permasalahan dalam pelayanan/pengiriman	138	143	96,50	sangat puas
3	Tanggap terhadap masalah yang dihadapi pelanggan	138	146	94,52	sangat puas
4	Karyawan bersedia membantu kesulitan teknis di lapangan dengan tepat dan tanggap	136	150	90,67	sangat puas
	Nilai rata-rata tingkat kesesuaian untuk dimensi <i>Responsiveness</i>			93,70	sangat puas

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Keterangan: *) asumsi Kriteria tingkat kepuasan dapat dilihat di lampiran

Gambar IV.11. Tingkat Kesesuaian Pada Atribut *Responsiveness*

2. Dimensi *Reliability* (Kehandalan dalam Melayani)

Dimensi ini mempunyai nilai rata-rata tingkat kesesuaian tertinggi kedua, yaitu sebesar 93,36% (sangat puas). Adapun atribut yang mempengaruhi dimensi ini adalah:

- a. Karyawan (marketing) menguasai *product knowledge* gas yang ditawarkan kepada pelanggan dengan tingkat kesesuaian sebesar 93,15 yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.
- b. Kemudahan menghubungi (komunikasi) karyawan apabila diperlukan dengan tingkat kesesuaian sebesar 90,91% yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.

- c. Kemampuan karyawan dalam menindaklanjuti keluhan dengan tingkat kesesuaian sebesar 93,33% yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.
- d. Kesigapan karyawan dalam melayani dengan tingkat kesesuaian sebesar 96,05% yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.

Tingkat kesesuaian antara tingkat pendapat atau kinerja dan tingkat kepentingan atau harapan secara lengkap diikhtisarkan pada gambar seperti berikut:

NO	ATTRIBUT	SKOR KINERJA (Xi)	SKOR KEPENTINGAN (Yi)	TINGKAT KESESUAIAN (Tki)	KRITERIA *)
II.	RELIABILITY (Kehandalan dalam melayani)				
1	Karyawan (marketing) menguasai <i>product knowledge</i> gas yang ditawarkan kepada pelanggan	136	146	93,15	sangat puas
2	Kemudahan menghubungi (komunikasi) karyawan kami apabila Bapak/Ibu memerlukannya	140	154	90,91	sangat puas
3	Kemampuan karyawan kami dalam menindaklanjuti keluhan pelanggan	140	150	93,33	sangat puas
4	Kesigapan karyawan kami dalam melayani	146	152	96,05	sangat puas
	Nilai rata-rata tingkat kesesuaian untuk dimensi <i>Reliability</i>			93,36	sangat puas

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Keterangan: *) asumsi Kriteria tingkat kepuasan dapat dilihat di lampiran

Gambar IV.12. Tingkat Kesesuaian Pada Atribut *Reliability*

3. Dimensi *Empathy* (Perhatian yang Diberikan)

Dimensi ini mempunyai nilai rata-rata tingkat kesesuaian tertinggi ketiga, yaitu sebesar 93,18% (sangat puas). Adapun atribut yang mempengaruhi dimensi ini adalah:

- a. Karyawan melayani pelanggan dengan ramah dan sopan dengan tingkat kesesuaian sebesar 96,69% yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.
- b. Karyawan mendengarkan dan memperhatikan ketika pelanggan menyampaikan keluhan dengan tingkat kesesuaian sebesar 95,89% yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.
- c. Karyawan melakukan komunikasi secara lisan atau tertulis secara rutin dengan pelanggan dengan tingkat kesesuaian sebesar 90,28% menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.
- d. Karyawan membantu memecahkan masalah teknis di lapangan yang dihadapi pelanggan dengan tingkat kesesuaian sebesar 89,86 menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.

Tingkat kesesuaian antara tingkat pendapat atau kinerja dan tingkat kepentingan atau harapan secara lengkap diikhtisarkan pada gambar seperti berikut:

NO	ATTRIBUT	SKOR KINERJA (Xi)	SKOR KEPENTINGAN (Yi)	TINGKAT KESESUAIAN (Tki)	KRITERIA *)
III.	EMPHATY (Perhatian yang Diberikan)				
1	Karyawan (marketing) melayani pelanggan dengan ramah dan sopan	146	151	96,69	sangat puas
2	Karyawan mendengarkan dan memperhatikan ketika pelanggan menyampaikan keluhan	140	146	95,89	sangat puas
3	Karyawan (marketing) melakukan komunikasi lisan atau tertulis secara rutin dengan pelanggan	130	144	90,28	sangat puas
4	Karyawan membantu memecahkan masalah teknis di lapangan yang dihadapi konsumen	133	148	89,86	sangat puas
	Nilai rata-rata tingkat kesesuaian untuk dimensi <i>Empathy</i>			93,18	sangat puas

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Keterangan: *) asumsi Kriteria tingkat kepuasan dapat dilihat di lampiran

Gambar IV.13. Tingkat Kesesuaian Pada Atribut *Empathy*

4. Dimensi *Assurance* (Jaminan Kepastian)

Dimensi ini mempunyai nilai rata-rata tingkat kesesuaian tertinggi keempat, yaitu sebesar 88,51% (sangat puas). Adapun atribut yang mempengaruhi dimensi ini adalah:

- Ketepatan waktu pengiriman dengan tingkat kesesuaian sebesar 90,06% yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.
- Pengajuan surat penawaran harga sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dengan tingkat kesesuaian sebesar 85,53% yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.
- Kepastian ketersediaan barang saat pelanggan membutuhkan dengan tingkat kesesuaian sebesar 91,19% yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.

- d. Keyakinan bahwa karyawan kami tidak akan melakukan tindak kecurangan yang bisa merugikan pelanggan dengan tingkat kesesuaian sebesar 87,26% yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.

Tingkat kesesuaian antara tingkat pendapat atau kinerja dan tingkat kepentingan atau harapan secara lengkap diikhtisarkan pada gambar seperti berikut:

NO	ATTRIBUT	SKOR KINERJA (Xi)	SKOR KEPENTINGAN (Yi)	TINGKAT KESESUAIAN (Tki)	KRITERIA *)
IV.	ASSURANCE (Jaminan Kepastian)				
1	Ketepatan waktu pengiriman	145	161	90,06	sangat puas
2	Pengajuan Surat Penawaran Harga sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati	130	152	85,53	sangat puas
3	Kepastian ketersediaan barang saat pelanggan membutuhkan	145	159	91,19	sangat puas
4	Keyakinan bahwa karyawan kami tidak akan melakukan tindak kecurangan yang bisa merugikan pelanggan	137	157	87,26	sangat puas
	Nilai rata-rata tingkat kesesuaian untuk dimensi <i>Assurance</i>			88,51	sangat puas

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Keterangan: *) asumsi Kriteria tingkat kepuasan dapat dilihat di lampiran

Gambar IV.14. Tingkat Kesesuaian Pada Atribut *Assurance*

5. Dimensi *Tangibility* (Keadaan Fisik)

Dimensi ini mempunyai nilai rata-rata tingkat kesesuaian tertinggi kelima, yaitu sebesar 87,63% (sangat puas). Adapun atribut yang mempengaruhi dimensi ini adalah:

- a. Kondisi dan fasilitas pelayanan yang memadai dan baik dengan tingkat kesesuaian sebesar 89,74% yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.
- b. Kelengkapan dokumen pengiriman (surat jalan atau surat penerimaan barang) dengan tingkat kesesuaian sebesar 91,56% yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.
- c. Kelengkapan karyawan mengenai identitas dan APD pada saat pengiriman dengan tingkat kesesuaian sebesar 84,71% yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.
- d. Tanggapan terhadap volume pengiriman (isi gas) dengan tingkat kesesuaian sebesar 86,25% yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.
- e. Tanggapan terhadap kualitas bau dan tekanan gas yang dikirim atau diterima dengan tingkat kesesuaian sebesar 85,90% yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.

Tingkat kesesuaian antara tingkat pendapat atau kinerja dan tingkat kepentingan atau harapan secara lengkap diikhtisarkan pada gambar seperti berikut:

NO	ATTRIBUT	SKOR KINERJA (Xi)	SKOR KEPENTINGAN (Yi)	TINGKAT KESESUAIAN (Tki)	KRITERIA *)
V.	TANGIBILITY (Keadaan Fisik)				
1	Kondisi dan fasilitas pelayanan memadai dan baik (truk tangki dan perlengkapannya)	140	156	89,74	sangat puas
2	Kelengkapan dokumen pengiriman (Surat Jalan / SPB)	141	154	91,56	sangat puas
3	Kelengkapan karyawan mengenai identitas dan APD (Alat Pelindung Diri) pada saat pengiriman	133	157	84,71	sangat puas
4	Tanggapan terhadap volume pengiriman (isi)	138	160	86,25	sangat puas
	Khusus Pelanggan Odourless				
5	Tanggapan terhadap kualitas (bau dan tekanan) gas yang dikirim/diterima	134	156	85,90	sangat puas
	Nilai rata-rata tingkat kesesuaian untuk dimensi <i>Tangibility</i>			87,63	sangat puas

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Keterangan: *) asumsi Kriteria tingkat kepuasan dapat dilihat di lampiran

Gambar IV.15. Tingkat Kesesuaian Pada Atribut *Tangibility*

Secara keseluruhan bila dilihat pada keseluruhan tanpa memperhatikan dimensinya, maka yang tingkat kesesuaiannya paling tinggi adalah karyawan (marketing) melayani pelanggan dengan ramah dan sopan yaitu sebesar 96,69% terdapat pada dimensi *empathy* yang menyatakan sangat puas. Sedangkan skor tingkat kesesuaian terendah terdapat pada kelengkapan karyawan mengenai identitas dan APD pada saat pengiriman yaitu sebesar 84,71 terdapat pada dimensi *tangibility*, meskipun secara nilai index % masih menunjukkan hasil sangat puas.

4.2.4. Analisis Diagram Kartesius

Untuk mengetahui atribut atau yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan analisis diagram kartesius. Hasil rata-rata skor tingkat harapan dan kinerja dari atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Tabel IV.14.

Rata-rata dari Rata-rata Skor Tingkat Harapan dan Kinerja

NO	ATTRIBUT	$\bar{X}$	$\bar{Y}$
I.	TANGIBILITY (Keadaan Fisik)		
1	Kondisi dan fasilitas pelayanan memadai dan baik (truk tangki dan perlengkapannya)	4,000	4,4571
2	Kelengkapan dokumen pengiriman (Surat Jalan / SPB)	4,029	4,4000
3	Kelengkapan karyawan mengenai identitas dan APD (Alat Pelindung Diri) pada saat pengiriman	3,800	4,4857
4	Tanggapan terhadap volume pengiriman (isi)	3,943	4,5714
	Khusus Pelanggan Odourless		
5	Tanggapan terhadap kualitas (bau dan tekanan) gas yang dikirim/diterima	3,829	4,4571
II.	RELIABILITY (Kehandalan dalam melayani)		
6	Karyawan (marketing) menguasai <i>product knowledge</i> gas yang ditawarkan kepada pelanggan	3,886	4,1714
7	Kemudahan menghubungi (komunikasi) karyawan kami apabila Bapak/Ibu memerlukannya	4,000	4,4000
8	Kemampuan karyawan kami dalam menindaklanjuti keluhan pelanggan	4,000	4,2857
9	Kesigapan karyawan kami dalam	4,171	4,3429

	melayani		
III.	RESPONSIVENESS (Sikap Tanggap dan Peduli)		
10	Pelayanan bila ada permintaan mendadak diluar jadwal	4,257	4,5714
11	Kecepatan dalam memberikan informasi lisan maupun tulisan jika terjadi permasalahan dalam pelayanan/pengiriman	3,943	4,2059
12	Tanggap terhadap masalah yang dihadapi pelanggan	3,943	4,1714
13	Karyawan bersedia membantu kesulitan teknis di lapangan dengan tepat dan tanggap	3,886	4,2857
IV.	ASSURANCE (Jaminan Kepastian)		
14	Ketepatan waktu pengiriman	4,143	4,6000
15	Pengajuan Surat Penawaran Harga sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati	3,714	4,3429
16	Kepastian ketersediaan barang saat pelanggan membutuhkan	4,143	4,5429
17	Keyakinan bahwa karyawan kami tidak akan melakukan tindak kecurangan yang bisa merugikan pelanggan	3,914	4,4857
V.	EMPHATY (Perhatian yang Diberikan)		
18	Karyawan (marketing) melayani pelanggan dengan ramah dan sopan	4,171	4,3143
19	Karyawan mendengarkan dan memperhatikan ketika pelanggan menyampaikan keluhan	4,000	4,1714
20	Karyawan (marketing) melakukan komunikasi lisan atau tertulis secara rutin dengan pelanggan	3,714	4,1143
21	Karyawan membantu memecahkan masalah teknis di lapangan yang	3,800	4,2286

	dihadapi konsumen		
	Rata - Rata (X dan Y)	3,966	4,3622

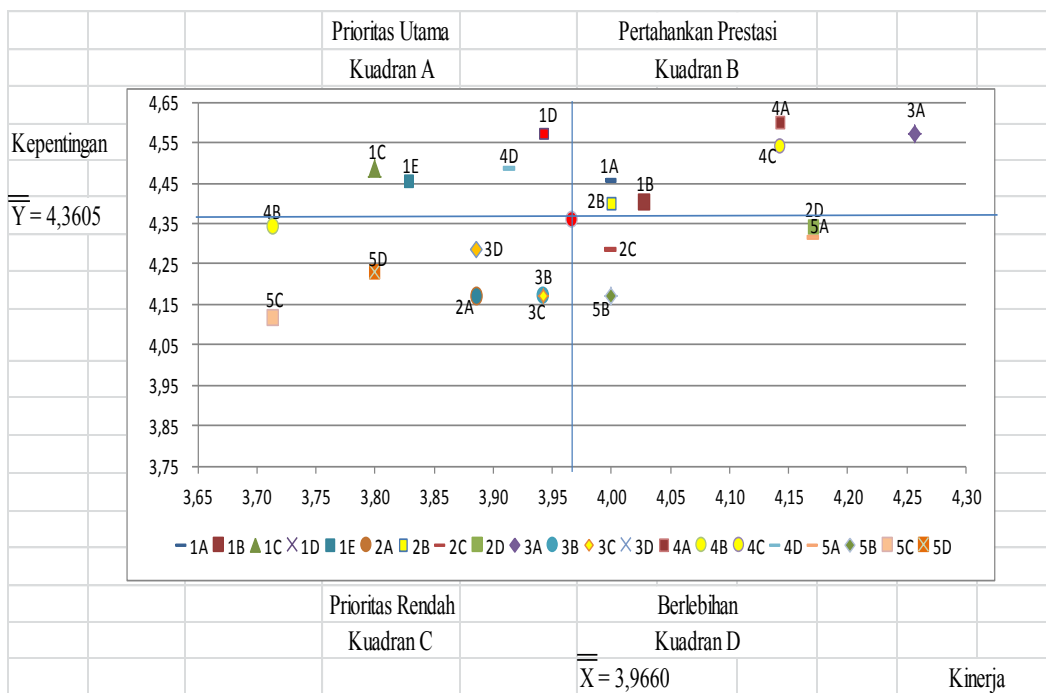
Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Keterangan:

$\bar{X}$ = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja seluruh atribut.

$\bar{Y}$ = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan seluruh atribut.

Dari data tabel diatas maka dapat diagram kartesius seperti pada gambar sebagai berikut ini:



Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Gambar IV.16. Diagram Kartesius antara Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

Dari diagram kartesius diatas terlihat letak dari unsur-unsur pelaksanaan atribut yang mempegaruhi kepuasan kualitas pelayanan pelanggan terbagi menjadi empat bagian. Berikut pembagian dari diagram kartesius dapat dijelaskan:

1. Kuadran A

Menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan kualitas pelanggan berada pada kuadran ini penanganannya perlu diprioritaskan karena keberadaan atribut inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan tingkat pelaksanaannya belum memuaskan, dimana tingkat harapannya tinggi namun kinerjanya rendah. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- a. Kelengkapan karyawan mengenai identitas diri dan APD pada saat pengiriman (=1C). Dalam hal ini, kelengkapan identitas perlu untuk dapat mengenali supir pengiriman LPG ke pelanggan maupun karyawan (marketing) PT Jaya Gas Indonesia itu sendiri. Sedangkan APD atau biasa disebut Alat Pelindung Diri adalah salah satu syarat mutlak atau SOP dalam bekerja terutama dilapangan, guna menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.
- b. Tanggapan terhadap volume pengiriman atau isi (=1D) menunjukkan hasil dimana tingkat harapannya tinggi namun kinerjanya rendah. Dalam hal ini, volume isi diharapkan dapat tidak ada selisih timbangan yang terlalu jauh dari permintaan pengiriman kebutuhan LPG.
- c. Tanggapan terhadap kualitas bau dan tekanan gas yang dikirim atau diterima (=1E). Dalam hal ini, kualitas adalah salah satu pelayanan utama PT Jaya Gas Indonesia dalam kepuasan pelayanan LPG dimana gas dikirimkan harus sesuai dengan

kualitas spesifikasi berstandar dari Pertamina dan spesifikasi permintaan sesuai dengan kebutuhan pelanggan itu sendiri.

- d. Keyakinan bahwa karyawan tidak akan melakukan tindak kecurangan yang bisa merugikan pelanggan (=4D). Dimana dalam hal ini adalah merupakan bentuk kejujuran dari kualitas pelayanan PT Jaya Gas Indonesia, diharapkan tidak ada kecurangan dalam segala bentuk ketidakjujuran.

2. Kuadran B

Menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, dalam kuadran ini perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga dapat memuaskan pelanggan. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- a. Kondisi dan fasilitas pelayanan memadai dan baik (truk tangki dan perlengkapannya) (=1A). Dalam hal ini, kondisi dan fasilitas yang diberikan menuntut pelayanan yang mempunyai kondisi dan fasilitas yang baik dalam kendaraan untuk pengiriman beserta perlengkapan lainnya.
- b. Kelengkapan dokumen pengiriman baik itu surat jalan maupun surat pemesanan barang (=1B). Dalam hal ini, kelengkapan administrasi sangat dibutuhkan perihal menyiapkan surat jalan pengiriman ke pelanggan maupun surat pemesanan barang ke Pertamina.
- c. Kemudahan dihubungi (komunikasi) karyawan PT Jaya Gas Indonesia apabila dibutuhkan (=2B). Dalam hal ini, segala

permintaan pengiriman atau jadwal pengiriman selain dikomunikasikan by email juga by phone, guna mengonfirmasikan jadwal permintaan atau pengiriman LPG.

d. Pelayanan bila ada permintaan mendadak diluar jadwal (=3A).

Dalam hal ini, kualitas kedua dari pelayanan PT Jaya Gas Indonesia adalah memberikan pelayanan yang sangat baik kepada pelanggan, permintaan diluar jadwal maupun dadakan di waktu yang tidak bisa dipastikan.

e. Ketepatan waktu pengiriman (=4A). Dalam hal ini, kinerja dan

harapan pelanggan PT Jaya Gas Indonesia dalam ketepatan waktu pengiriman sangat baik, dimana permintaan di waktu pagi dengan permintaan jam tiba dari pelanggan adalah nilai plus PT Jaya Gas Indonesia bisa tiba di tempat lebih cepat dari jam waktu permintaan.

f. Kepastian ketersediaan barang (=4C). Dalam hal ini, *source* dari

pada LPG PT Jaya Gas Indonesia bersumber dari Pertamina, dimana bahan baku selalu tersedia, sehingga tidak ada kekhawatiran pelanggan untuk kehabisan LPG sewaktu ada permintaan pengiriman maupun dadakan.

3. Kuadran C

Menunjukkan atribut yang mempegaruhi kepuasan pelanggan. Berada dalam kuadran ini dinilai masih dianggap kurang penting bagi pelanggan sedangkan pelaksanaanya biasa saja atau cukup saja. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- a. Penguasaan materi oleh karyawan dalam memberikan presentasi (*product knowlegde*) (=2A). Dalam hal ini pelanggan perlu informasi mengenai LPG baik spesifikasi dari jenis LPG beserta harganya, dan informasi lainnya yang dianggap bisa membantu dalam pelayanan pelanggan.
- b. Kecepatan dalam memberikan informasi lisan maupun tulisan jika terjadi permasalahan dalam pelayanan atau pengiriman (=3B). Dalam hal ini, merespon baik segala pertanyaan maupun pernyataan pelanggan atau informasi kepada pelanggan secara cepat.
- c. Tanggap terhadap masalah yang dihadapi customer (=3C). Dalam hal ini, segala keluhan pelanggan bisa segera cepat ditanggapi dan diberikan solusi yang baik.
- d. Ketersediaan karyawan untuk membantu kesulitan teknis dilapangan yang dihadapi pelanggan dengan cepat dan tepat (=3D). Dalam hal ini, karyawan PT Jaya Gas Indonesia bersedia turun langsung menghadapi permasalahan pelanggan dilapangan.
- e. Menjalin komunikasi secara berkala dengan pelanggan (=5C). Dalam hal ini, silaturahmi komunikasi tetap terjalin baik oleh PT Jaya Gas Indonesia.
- f. Kesungguhan karyawan saat menyelesaikan permasalahan pelanggan (=5D). Dalam hal ini, karyawan PT Jaya Gas Indonesia siap bersungguh-sungguh membantu dan menyelesaikan sampai tuntas

permasalahan yang diinformasikan pelanggan kepada PT Jaya Gas Indonesia.

4. Kuadran D

Menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan pelayanan pelanggan. Dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena pelanggan menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya atribut tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh PT Jaya Gas Indonesia, sehingga sangat memuaskan. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- a. Kemampuan karyawan PT Jaya Gas Indonesia dalam menindaklanjuti keluhan customer (=2C).
- b. Kesigapan karyawan kami dalam melayani (=2D).
- c. Keramahan dan kesopan pelayanan dari para karyawan PT Jaya Gas Indonesia (=5A).
- d. Memberikan perhatian yang baik pada individu pelanggan (=5B).