



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN *ONLINE* MENGGUNAKAN
METODE *E-SERVICE QUALITY* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE*
ANALYSIS PADA TRAVELOKA**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Sarjana (S1) Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember dan mencapai gelar Sarjana Komputer

oleh

Zaenal Arifin

152410101110

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS JEMBER
2020**



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN *ONLINE* MENGGUNAKAN
METODE *E-SERVICE QUALITY* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE*
ANALYSIS PADA TRAVELOKA**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Sarjana (S1) Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember dan mencapai gelar Sarjana Komputer

oleh

Zaenal Arifin

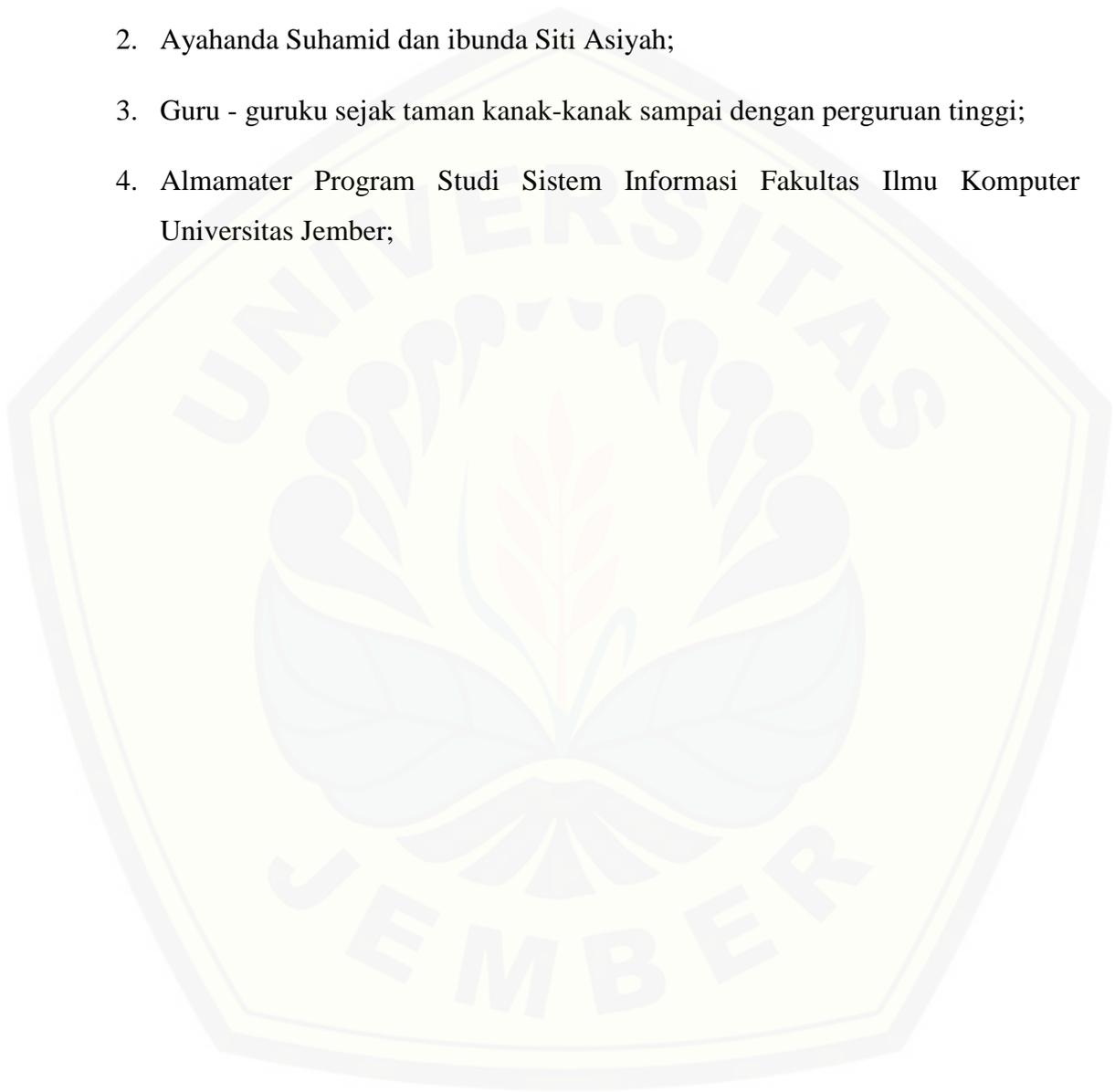
152410101110

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS JEMBER
2020**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya untuk mempermudah dan melancarkan dalam pengerjaan skripsi;
2. Ayahanda Suhamid dan ibunda Siti Asiyah;
3. Guru - guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi;
4. Almamater Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember;



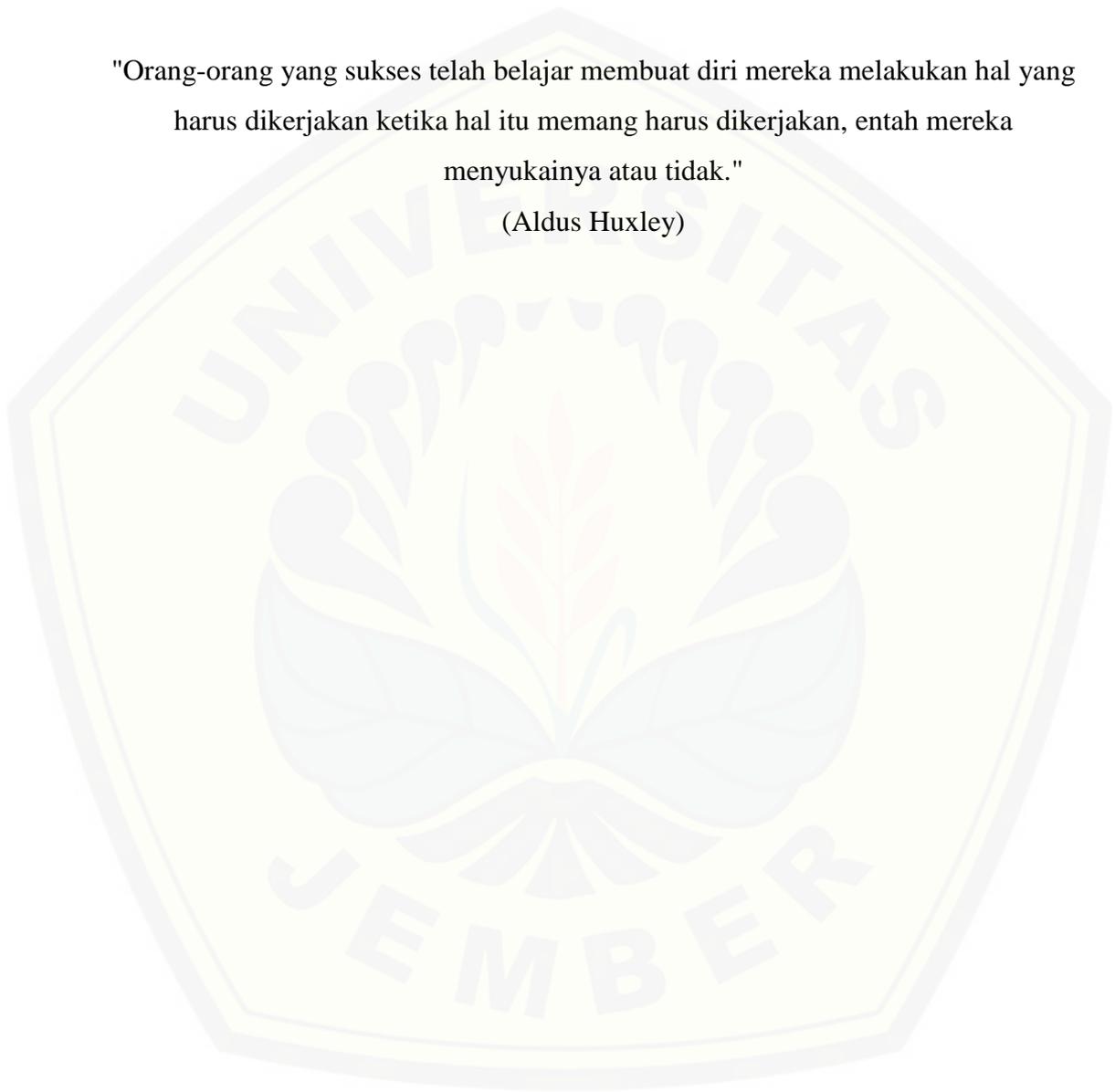
MOTTO

“Sesungguhnya setiap amalan bergantung pada niatnya ”

(HR. Bukhari dan Muslim)

"Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah mereka menyukainya atau tidak."

(Aldus Huxley)



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zaenal Arifin

NIM : 152410101110

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan *Online* Menggunakan Metode *E-Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* Pada Traveloka” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 10 Januari 2020

Yang menyatakan,



Zaenal Arifin

NIM 152410101110

SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN *ONLINE* MENGGUNAKAN
METODE *E-SERVICE QUALITY* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE*
ANALYSIS PADA TRAVELOKA**

Oleh :

Zaenal Arifin

NIM 152410101110

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Windi Eka Yulia R, S.Kom., MT.

Dosen Pembimbing Pendamping : Nova El Maidah S.Si., M.Cs.

PENGESAHAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan *Online* Menggunakan Metode *E-Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* Pada Traveloka”, telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Jum’at, 10 Januari 2020

tempat : Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember

Disetujui oleh :

Pembimbing I,



Windi Eka Yulia R, S.Kom., MT.

NIP. 198403052010122002

Pembimbing II,



Nova El Maidah S.Si., M.Cs.

NIP. 198411012015042001

PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan *Online* Menggunakan Metode *E-Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* Pada Traveloka”, telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Jum’at, 10 Januari 2020

tempat : Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember

Disetujui oleh :

Penguji I,



Prof. Dr. Saiful Bukhori,

ST., M.Kom.

NIP. 196811131994121001

Penguji II,



Qilbaaini Effendi Muftikhali,

S.Kom., M.Kom.

NRP. 760018027

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Komputer,



Prof. Dr. Saiful Bukhori, ST., M.Kom

NIP. 196811131994121001

RINGKASAN

Analisis Kualitas Pelayanan *Online* Menggunakan Metode *E-Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* Pada Traveloka; Zaenal Arifin, 152410101110, 2020; 138 Halaman, Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember.

Teknologi Informasi yang semakin berkembang menyebabkan hampir seluruh aktifitas manusia didukung atau memanfaatkan aplikasi dan otomatisasi teknologi informasi. Termasuk juga *travel agent*. Saat ini mulai banyak berkembang *online travel agent* di Indonesia. Salah satunya adalah Traveloka. Dimana Traveloka menyediakan layanan pemesanan tiket perjalanan seperti pesawat dan kereta api serta pemesanan hotel secara *online*. Pelayanan yang diberikan dirasa sudah sesuai dengan apa yang diinginkan, namun masih ada keluhan terhadap pelayanan Traveloka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna Traveloka dan mencari prioritas perbaikan dari layanan Traveloka. Penelitian ini menggunakan metode *E-Service Quality* dan *Importance Performance Analysis*. *E-Service Quality* berguna untuk menentukan variabel apa saja yang berhubungan dengan kualitas layanan media elektronik. Sedangkan *Importance Performance Analysis* berguna untuk menentukan prioritas perbaikan dari layanan berdasarkan variabel *E-Service Quality*.

Sampel penelitian berjumlah 385 responden yang merupakan pengguna Traveloka. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 22. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa pengguna merasa sangat puas terhadap pelayanan dari Traveloka. Namun layanan masih belum sesuai dengan apa yang diharapkan pengguna. Karena masih ada selisih antara harapan pengguna dengan kenyataan layanan yang diberikan Traveloka.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan *Online* Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* pada Traveloka”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Sistem Informasi Fakultas Komputer Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Saiful Bukhori, ST., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember;
2. Windi Eka Yulia R, S.Kom., MT. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi;
3. Nova El Maidah S.Si., M.Cs. selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi;
4. Oktalia Juwita S.Kom., M.MT. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA), yang telah mendampingi penulis sebagai mahasiswa.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta staf karyawan di Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember;
6. Ayahanda Suhamid dan Ibunda Siti Asiyah yang selalu mendukung dan mendoakan penulis;
7. Keluarga besar Mbah Satuki yang selalu mendukung dan mendoakan penulis;
8. Geng Telor (Beya Aji Buana, M. Zufarulhaq Aleq Insan, Raudhatun Nisa’, dan Sahriatus Soviah) yang telah menyemangati dan membantu peneliti;
9. Majelis Al Ghibahiyah (Cholista Rizki Y, Devita Diah S, Eko Bagus S, Farda Hakimah, M. Nailul Abror, dan Nurus Sarifah) yang mendukung dan mengajarkan hal baru kepada penulis selama berproses;
10. Novita Laela Sumbara yang selalu mengingatkan dan menyemangati serta teman-teman KKN Desa Labuhan Ratu lainnya;

11. Teman seperjuangan skripsi (Sandi, Feril, Alvi, Gilang, Juven, Faqih, Andit) yang telah berjuang bersama untuk menyelesaikan skripsi;
12. Penghuni kos Suketik yang telah menemani selama pengerjaan skripsi;
13. Teman-teman seperjuangan Selection angkatan 2015 Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer yang telah berjuang bersama mulai awal hingga akhir;
14. Seluruh responden penelitian yang meluangkan waktunya mengisi kuisioner penelitian ini;
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan adanya masukan yang bersifat membangun dari semua pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, 10 Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSEMBAHAN.....	ii
MOTTO	iii
PERNYATAAN	iv
PENGESAHAN PEMBIMBING	vi
PENGESAHAN PENGUJI.....	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	3
1.3.1 Tujuan	3
1.3.2 Manfaat	3
1.4 Batasan Masalah.....	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Traveloka.....	5
2.3 E-Service Quality	6
2.4 Uji Chi Square	9
2.5 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	11
2.6 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	13
2.7 Kuesioner.....	19
2.8 <i>Statistical Product and Service Solution (SPSS)</i>	19

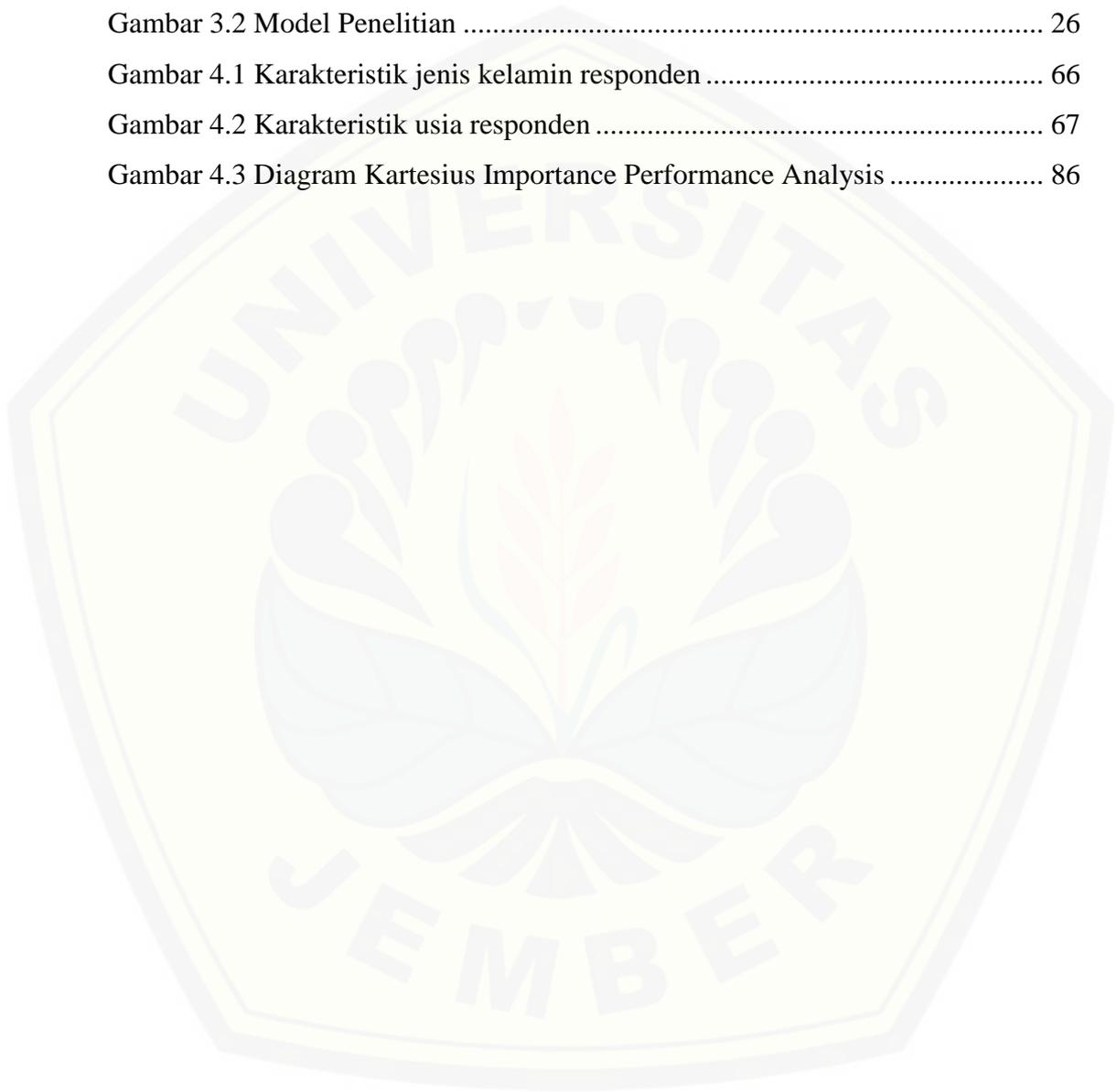
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Objek Penelitian	24
3.3 Tahapan Penelitian	24
3.3.1 Identifikasi Masalah	25
3.3.2 Studi Literatur	25
3.3.3 Penyusunan Model Penelitian	25
3.3.4 Pengembangan Instrumen	26
3.3.5 Penentuan Sampel	33
3.3.6 Uji Instrumen	35
3.3.7 Penyebaran Kuesioner.....	37
3.3.8 Analisis Data	38
3.3.9 Penarikan Kesimpulan	39
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Uji Instrumen.....	40
4.1.1 Uji Validitas	40
4.1.2 Uji Reliabilitas	59
4.2 Sampel Penelitian	66
4.2.1 Analisis Chi Square.....	67
4.3 Hasil Penelitian.....	71
4.3.1 Tingkat Kesesuaian Variabel <i>Expectation</i> dan <i>Performance</i>	71
4.3.2 GAP Analysis.....	76
4.3.3 <i>Customer Satisfaction Index</i>	83
4.3.4 Importance Performance Analysis	86
BAB 5. PENUTUP	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	95
A. Kuesioner Penelitian.....	95
B. Kuesioner Penelitian Google Form	100

C.	Data hasil penyebaran kuesioner <i>Expectation</i>	108
D.	Data hasil penyebaran kuesioner Performance	113
E.	Data Kepuasan Pengguna.....	118



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Diagram Kartesius Importance Performance Analysis (IPA)	16
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	25
Gambar 3.2 Model Penelitian	26
Gambar 4.1 Karakteristik jenis kelamin responden	66
Gambar 4.2 Karakteristik usia responden	67
Gambar 4.3 Diagram Kartesius Importance Performance Analysis	86



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Tabel chi-square untuk $df = 1-15$	10
Tabel 2.2 Kriteria Nilai Customer Satisfaction Index (CSI). (Sumber: Khurniyah dkk., 2016)	13
Tabel 3.1 Definisi Operasional	27
Tabel 3.2 Instrumen Pengukuran	30
Tabel 3.3 Skala Likert	33
Tabel 3.4 R tabel untuk $df = 1-30$. (Sumber: Nisa, 2019).....	36
Tabel 4.1 Uji validitas expectation variabel efficiency.....	41
Tabel 4.2 Hasil uji validitas expectation variabel efficiency	41
Tabel 4.3 Uji validitas expectation variabel fullfillment	42
Tabel 4.4 Hasil uji validitas expectation variabel fullfillment.....	43
Tabel 4.5 Uji validitas expectation variabel system availability.....	43
Tabel 4.6 Hasil uji validitas expectation variabel system availability	44
Tabel 4.7 Uji validitas expectation variabel privacy.....	45
Tabel 4.8 Hasil uji validitas expectation variabel privacy	45
Tabel 4.9 Uji validitas expectation variabel responsiveness.....	46
Tabel 4.10 Hasil uji validitas expectation variabel responsiveness	47
Tabel 4.11 Uji validitas expectation variabel compensation	47
Tabel 4.12 Hasil uji validitas expectation variabel compensation.....	48
Tabel 4.13 Uji validitas expectation variabel contact	48
Tabel 4.14 Hasil uji validitas expectation variabel contact.....	49
Tabel 4.15 Uji validitas performance variabel efficiency	49
Tabel 4.16 Hasil uji validitas performance variabel efficiency	50
Tabel 4.17 Uji validitas performance variabel fullfillment.....	51
Tabel 4.18 Hasil uji validitas performance variabel fullfillment	51
Tabel 4.19 Uji validitas performance variabel system availability	52
Tabel 4.20 Hasil uji validitas performance variabel system availability	53
Tabel 4.21 Uji validitas performance variabel privacy	53
Tabel 4.22 Hasil uji validitas performance variabel privacy	54

Tabel 4.23 Uji validitas performance variabel responsiveness	54
Tabel 4.24 Hasil uji validitas performance variabel responsiveness	55
Tabel 4.25 Uji validitas performance variabel compensation.....	56
Tabel 4.26 Hasil uji validitas performance variabel compensation	56
Tabel 4.27 Uji validitas performance variabel contact	57
Tabel 4.28 Hasil uji validitas performance variabel contact.....	57
Tabel 4.29 Hasil uji validitas expectation dan performance	58
Tabel 4.30 Hasil uji reliabilitas expectation variabel efficiency.....	59
Tabel 4.31 Hasil uji reliabilitas expectation variabel efficiency.....	60
Tabel 4.32 Hasil uji reliabilitas expectation variabel system availability.....	60
Tabel 4.33 Hasil uji reliabilitas expectation variabel privacy.....	61
Tabel 4.34 Hasil uji reliabilitas expectation variabel responsiveness.....	61
Tabel 4.35 Hasil uji reliabilitas expectation variabel compensation.....	61
Tabel 4.36 Hasil uji reliabilitas expectation variabel contact	62
Tabel 4.37 Hasil uji reliabilitas expectation setiap variabel	62
Tabel 4.38 Hasil uji reliabilitas performance variabel efficiency	63
Tabel 4.39 Hasil uji reliabilitas performance variabel fulfillment.....	63
Tabel 4.40 Hasil uji reliabilitas performance variabel system availability	64
Tabel 4.41 Hasil uji reliabilitas performance variabel privacy	64
Tabel 4.42 Hasil uji reliabilitas performance variabel responsiveness	65
Tabel 4.43 Hasil uji reliabilitas performance variabel compensation.....	65
Tabel 4.44 Hasil uji reliabilitas performance variabel contact	65
Tabel 4.45 Hasil uji reliabilitas performance setiap variabel.....	66
Tabel 4.46 Ringkasan sampel jenis kelamin terhadap kepuasan pengguna.....	67
Tabel 4.47 Frekuensi hubungan jenis kelamin dengan kepuasan pengguna.....	68
Tabel 4.48 Output uji Chi Square hubungan jenis kelamin dengan kepuasan.....	68
Tabel 4.49 Ringkasan jumlah sampel usia terhadap kepuasan pengguna.....	69
Tabel 4.50 Frekuensi hubungan usia dengan kepuasan pengguna.....	70
Tabel 4.51 Output uji Chi Square hubungan usia dengan kepuasan.....	70
Tabel 4.52 Tingkat kesesuaian variabel efficiency	71
Tabel 4.53 Tingkat kesesuaian variabel fulfillment.....	72

Tabel 4.54 Tingkat kesesuaian variabel system availability	73
Tabel 4.55 Tingkat kesesuaian variabel privacy	73
Tabel 4.56 Tingkat kesesuaian variabel responsiveness	74
Tabel 4.57 Tingkat kesesuaian variabel compensation	75
Tabel 4.58 Tingkat kesesuaian variabel contact	75
Tabel 4.59 Tingkat kesesuaian keseluruhan variabel	76
Tabel 4.60 GAP analysis variabel efficiency	77
Tabel 4.61 GAP analysis variabel fullfillment	78
Tabel 4.62 GAP analysis variabel system availability	78
Tabel 4.63 GAP analysis variabel privacy	79
Tabel 4.64 GAP analysis variabel responsiveness	80
Tabel 4.65 GAP analysis variabel compensation	80
Tabel 4.66 GAP analysis variabel contact	81
Tabel 4.67 GAP keseluruhan variabel	81
Tabel 4.68 Perhitungan nilai MIS dan MSS	83
Tabel 4.69 Hasil perhitungan dari Weight Factor (WF)	84
Tabel 4.70 Hasil perhitungan dari Weight Score (WS)	85

BAB 1. PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan pendahuluan penelitian. Adapun pembahasan pada bab ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, serta batasan masalah.

1.1 Latar Belakang

Semakin pesatnya perkembangan teknologi membuat banyak perusahaan memanfaatkan peluang tersebut. Sehingga melahirkan produk atau jasa yang dijual di internet. Salah satunya agen peralayanan wisata berbasis *online* atau dikenal dengan *Online Travel Agent* (OTA). OTA merubah pola pikir dan keinginan pelanggan dalam melakukan pemesanan hotel maupun transportasi. Dimana dulu pelanggan memesan hotel secara langsung atau *go show*, sekarang beralih menggunakan OTA. Perusahaan yang bergerak di bidang OTA salah satunya adalah PT. Traveloka Indonesia. Traveloka menyediakan layanan pemesanan tiket perjalanan seperti pesawat dan kereta api serta pemesanan hotel secara *online*.

Keunggulan kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Traveloka diantaranya yaitu perbandingan harga maskapai/hotel yang ditampilkan secara lengkap dan jelas, kemudahan dalam melakukan *reschedule*, harga yang sudah termasuk pajak dan biaya lainnya serta fasilitas *refund* (Pratiwi, 2018). Terlepas dari pelayanan yang telah diberikan oleh Traveloka, masih ada pelanggan yang mengeluhkan pelayanan dari Traveloka. Keluhan pelanggan merupakan ungkapan ketidakpuasan dari pelanggan karena adanya sesuatu yang tidak dapat diterima, baik dengan produk yang ditawarkan maupun dengan pelayanan (Sangadji *et al.*, 2013).

Rumahpengaduan.com melansir bahwa beberapa konsumen Traveloka masih mengeluhkan mengenai buruknya layanan *customer service* Traveloka. Salah satu konsumen mengungkapkan bahwa saat melakukan pembayaran melalui Traveloka terdapat kesalahan sistem *online* perbankan sehingga konfirmasi pembayaran baru bisa dilakukan setelah melewati batas waktu konfirmasi pembayaran sehingga pemesanan dibatalkan oleh pihak Maskapai. Namun, saat konsumen akan melakukan konfirmasi kepada Traveloka mengenai masalahnya melalui layanan

call center Traveloka konsumen hanya mendapat jawaban telfon dari mesin dan tidak ada penjelasan lebih lanjut dari pihak Traveloka (Pratiwi, 2018).

Ulasan pengguna Traveloka di *play store* juga menyebutkan bahwa ada pengguna yang merasa tidak puas terhadap pelayanan Traveloka. Misal ulasan oleh Arsyad Abubakar yang menyatakan kekecewaannya karena ketika memesan hotel, yang bersangkutan diberi alamat yang tidak jelas dan sudah melakukan pembayaran sehingga mengalami kerugian. Keluhan lain dari Dian Kartikasari yang menyatakan bahwa sistem *refund* bermasalah dan penjelasan dari *customer service* berbelit – belit sehingga pengguna merasa dirugikan.

Berdasarkan keluhan tersebut, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh dari pelayanan yang diberikan Traveloka terhadap kepuasan pelanggan serta prioritas perbaikan layanan Traveloka. Kepuasan pelanggan secara luas didefinisikan sebagai perbedaan antara harapan pelanggan dan pengalaman kinerja setelah menggunakan layanan dan/atau produk pada periode tertentu (Ismail dan Yunan, 2016). Untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan dengan menggunakan *e-service quality*. *E-service quality* merupakan metode yang digunakan mengukur dan mengetahui faktor kualitas pelayanan elektronik apa saja yang perlu tingkatkan atau perbaikan (Tjiptono, 2012).

Pada dasarnya, *e-service quality* merupakan pengembangan dari *service quality* yang diterapkan pada media elektronik. *E-service quality* merupakan versi baru dari metode *service quality* (*Servqual*). Metode lain dari pengembangan *Servqual* adalah *Webqual* sebagai salah satu metode untuk mengukur kualitas *website*. *Webqual* mulai dikembangkan pada tahun 1998 dengan pengembangan dan penyesuaian hingga versi yang terbaru yaitu *Webqual 4.0*. Namun *Webqual* hanya terbatas pada *website*. Sedangkan *e-service quality* lebih disesuaikan dengan *e-commerce* yang lebih luas dan tidak terbatas hanya pada *website*.

Mengukur suatu tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk jasa perlu dilakukan suatu analisis kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dengan membandingkan antara tingkat kepentingan (*Importance*) dengan kinerja (*Performance*) pelayanan, sehingga dapat diketahui sejauh mana tingkat perbaikan yang diinginkan oleh pelanggan terhadap layanan

yang mereka peroleh. Metode Importance Performance Analysis (IPA) merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. Pengukuran tingkat kepentingan dilakukan dengan cara pengukuran dari harapan pelanggan, sedangkan pengukuran tingkat kinerja diukur dari keadaan yang dirasakan oleh pelanggan. Hasil pengukuran IPA digambarkan dalam diagram kartesius dengan empat kuadran. Sehingga dari hasil pengukuran tersebut, dapat diketahui prioritas perbaikan dari layanan yang diberikan Traveloka.

1.2 Rumusan Masalah

Beberapa identifikasi masalah yang telah diuraikan pada latar belakang, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pengguna pada Traveloka menggunakan metode *E-service Quality*?
2. Manakah prioritas perbaikan kualitas layanan Traveloka menggunakan metode *Importance Performance Analysis*?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dan manfaat yang dipaparkan merupakan berbagai hasil yang ingin dicapai dan dapat yang digunakan dari beberapa aspek penelitian ini terselesaikan.

1.3.1 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui tingkat kepuasan pengguna pada Traveloka menggunakan metode *E-service Quality*.
2. Mengetahui prioritas perbaikan kualitas layanan Traveloka dengan menggunakan Metode *Importance Performance Analysis*.

1.3.2 Manfaat

Manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi pengembang aplikasi
Penelitian ini dapat memberikan hasil analisis kualitas layanan aplikasi Traveloka berdasarkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam memperbaiki layanan Traveloka sehingga

kedepannya menjadi lebih baik lagi dan mampu memberi layanan yang maksimal.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang berkaitan dengan judul penelitian kepada pembaca pada umumnya dan pada khususnya pada Program Studi Sistem Informasi Universitas Jember, serta diharapkan dapat memperkuat teori-teori tentang analisis kualitas layanan yang telah ada.

3. Bagi Peneliti

Dapat melatih kemampuan penulis dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama kuliah untuk memahami dan menganalisis penerimaan pengguna terhadap kualitas pelayanan. Selain itu menambah referensi penulis terkait metode pengukuran kualitas layanan dalam mengadopsi layanan TI.

1.4 Batasan Masalah

Peneliti memberikan batasan masalah untuk objek dan tema yang dibahas sehingga tidak terjadi penyimpangan dalam proses penelitian. Batasan masalah dari penelitian ini adalah kuesioner ditujukan kepada pengguna Traveloka.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan lebih jauh tentang tinjauan terkait masalah yang dibahas dalam penelitian dan kajian teori yang berkaitan dengan masalah. Adapun teori yang diambil berasal dari jurnal, buku, literatur dan internet.

2.1 Penelitian Terdahulu

Sari (2016) menjelaskan bahwa iklan, harga, dan *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* pada *travel agent* Traveloka. Hal ini dijelaskan dalam penelitian yang menyebarkan kuesioner langsung kepada para pengguna *online travel agent* Traveloka. Namun pada hasil penelitian juga diperoleh yang menilai situs atau aplikasi Traveloka *crash* atau *error* sewaktu – waktu. Dan juga masih ada beberapa responden yang ragu – ragu dalam hal privasi dan keamanan bertransaksi melalui *website* atau aplikasi Traveloka.

Penelitian lain oleh Ghifary (2018) menyatakan bahwa ESQual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Perceived Value* dan *Loyalty Intentions*. Hal ini mampu dijelaskan dalam penelitian secara menyebarkan kuesioner secara langsung melalui *Google Form* kepada Mahasiswa UII Fakultas Ekonomi yang menggunakan aplikasi Traveloka. Dari hasil tersebut perusahaan harus mempertahankan ESQual seperti halnya kualitas dalam suatu *website* Traveloka, keamanan privasi pelanggan dan memberikan akses kemudahan dalam pemesanan layanan Traveloka. Sehingga menumbuhkan nilai yang dirasakan dibenak pelanggan bahwa layanan yang diberikan oleh Traveloka kepada pelanggan memberikan dampak yang bermanfaat dan memberikan kemudahan bagi pelanggan serta menumbuhkan rasa ingin menggunakan aplikasi secara berulang kali dan merekomendasikan kepada orang lain agar dapat menggunakan aplikasi Traveloka.

2.2 Traveloka

Traveloka pertama kali didirikan oleh Ferry Unardi, Derianto Kusuma dan Albert yang pada awalnya hanya sebuah konsep untuk melihat dan membandingkan harga. Pada tahun 2013 Traveloka berubah menjadi situs reservasi yang konsentrasi

dalam pemesanan tiket pesawat. Kemudian pada bulan Maret 2014 Traveloka masuk ke bisnis reservasi kamar hotel dan pada bulan Juli 2014 situs pemesanan hotel melalui Traveloka telah tersedia. Sedangkan pada tahun 2017, Traveloka sudah menyediakan pemesanan tiket kereta api, tiket perjalanan wisata, paket wisata, tiket pertunjukan seni, pulsa pascabayar dan internet yang bekerja sama dengan vendor-vendor yang dilakukan untuk dapat terus memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan.

Peluncuran aplikasi Traveloka pada 31 Juli 2014, dibuat untuk memudahkan dan menghemat waktu dalam melakukan pemesanan. Keunggulan yang ditawarkan pada aplikasi Traveloka yang diberikan kepada masyarakat adalah “tiket saya”. Jadi, tiket yang telah dipesan melalui aplikasi dapat langsung ditampilkan pada aplikasi Traveloka tanpa harus mencetak dan membuka email terlebih dahulu, sehingga mempermudah pelanggan serta menghemat waktu dalam melakukan check-in. Aplikasi Traveloka dapat diunduh secara gratis melalui App Store dan Google Play.

Update tanggal 2 April 2019 Traveloka sudah versi 3.9.1. Menurut rating yang dikelola oleh IARC (International Age Rating Collection), Traveloka memiliki rating 3+. Yang artinya cocok untuk semua kelompok umur. Beberapa kekerasan dalam konteks komikal atau fantasi dapat diterima. Bahasa buruk tidak diizinkan.

2.3 E-Service Quality

E-Service Quality didefinisikan luas untuk mencakup semua fase interaksi pelanggan dengan situs web. Sejauh mana situs web memfasilitasi belanja, pembelian, penjualan, dan pengiriman yang efisien dan efektif. Parasuraman dkk.(2005) mengidentifikasi tingkat atribut persepsi pada situs web dan mengkategorikan menjadi 11 kategori:

1. Keandalan (*Reliability*): Fungsi teknis yang benar dari situs dan keakuratan layanan yang dijanjikan (memiliki stok barang, memberikan apa yang ada dipesan, dikirim sesuai dengan yang dijanjikan), penagihan, dan informasi produk.

2. *Responsiveness*: Respon cepat dan kemampuan untuk mendapatkan bantuan jika ada masalah atau pertanyaan.
3. Akses (*Access*): Kemampuan untuk mendapatkan situs dengan cepat dan mudah ketika dibutuhkan.
4. Fleksibilitas (*Flexibility*): Pilihan cara untuk membayar, mengirim, membeli, mencari, dan mengembalikan item.
5. Kemudahan navigasi (*Ease of navigation*): Situs berisi fungsi-fungsi yang membantu pelanggan menemukan apa yang mereka butuhkan tanpa kesulitan, memiliki fungsi pencarian yang baik, dan memungkinkan pelanggan untuk bermanuver dengan mudah dan cepat bolak-balik melalui halaman.
6. Efisiensi (*Efficiency*): Situs mudah digunakan, terstruktur dengan benar, dan membutuhkan informasi minimum untuk diinput oleh pelanggan.
7. Jaminan/kepercayaan (*Assurance/trust*): Kepercayaan pelanggan terhadap situs dan karena reputasi situs dan produk atau layanan yang dijual, serta informasi yang jelas dan benar ketika disajikan.
8. Keamanan/privasi (*Security/privacy*): Sejauh mana pelanggan percaya situs tersebut aman dari gangguan dan informasi pribadi dilindungi.
9. Pengetahuan harga (*Price knowledge*): Sejauh mana pelanggan dapat mengetahui harga pengiriman, harga total, dan harga komparatif saat proses berbelanja.
10. Estetika situs (*Site aesthetics*): Tampilan situs.
11. Kustomisasi/personalisasi (*Customization/personalization*): Berapa banyak dan betapa mudahnya situs dapat dirancang untuk preferensi individu, *history*, dan cara belanja pelanggan.

Penelitian oleh Ojasalo (2010) menyatakan bahwa Ada beberapa perbedaan antara layanan tradisional dan *e-service*. Dalam layanan tradisional, orang-orang hanya berinteraksi secara tatap muka. Sedangkan dalam *e-service* interaksi dengan pelanggan dilakukan menggunakan internet. Namun dalam *e-service* pengguna hanya dapat melihat dan mendengar. Sedangkan dalam layanan tradisional pelanggan dapat memanfaatkan seluruh indra mereka. Selain itu layanan tradisional

dibatasi jarak dan jambuka. Sedangkan *e-service* telah menghilangkan hambatan tersebut. Karena *e-service* didasarkan pada teknis, sering ada perbedaan dalam pemahaman kualitas pelayanan secara teknis. Di sisi lain kualitas layanan yang dirasakan pelanggan didasarkan oleh prinsip diskonfirmasi. Artinya kualitas dihasilkan dari seberapa baik kinerja memenuhi harapan pelanggan. Delapan dimensi kualitas sangat relevan dalam konteks *e-service*. Yaitu *ease of use*, *web site design and appearance*, *personalization*, *information*, *responsiveness*, *communication*, *security*, dan *reliability*. Dimensi kualitas memengaruhi harapan pelanggan sebelumnya terhadap layanan dan juga pengalaman secara aktual. Namun konsep ini masih perlu dilakukan pengujian kuantitatif agar mendapat informasi secara umum. Juga, studi lintas budaya dapat dilakukan untuk mengeksplorasi peran dimensi kualitas yang berbeda dalam model di lingkungan budaya yang berbeda

Penelitian Sundaram dkk. (2017) mengungkapkan bahwa faktor-faktor kualitas layanan seperti *Responsiveness* dan *Trust* secara positif mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas secara langsung. Sedangkan *Customization* tidak disorot sebagai prediktor signifikan untuk kepuasan dan loyalitas pelanggan. Mengenai variabel demografis, terlihat bahwa ada hubungan yang signifikan ditemukan antara variabel demografis seperti jenis kelamin, status perkawinan dan kesadaran tentang operasi email/internet tetapi tidak ada hubungan yang signifikan ditemukan dengan kualifikasi Pendidikan, status area tempat tinggal dan usia responden yang mengungkapkan bahwa kualifikasi pendidikan, status dari daerah dan usia yang tinggal sama sekali bukan kriteria untuk kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Parasuraman *et al.* (2005) melakukan analisis reliabilitas dengan mengelompokkan item dalam 11 kategori tersebut memperoleh skala *E-core Service Quality* dan skala *E-recovery Service Quality*. Skala *E-core Service Quality* meliputi kriteria yang digunakan pelanggan untuk mengevaluasi layanan online rutin dimana mereka tidak mengalami masalah sehubungan dengan penggunaan situs tertentu. *E-core Service Quality* terdiri dari empat dimensi, yang didefinisikan sebagai berikut:

1. *Efficiency*: Kemudahan dan kecepatan mengakses dan menggunakan situs tersebut.
2. *Fullfillment*: Mencakup akurasi janji layanan, ketersediaan stok produk, dan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
3. *System availability*: Fungsi teknis yang benar dari situs tersebut.
4. *Privacy*: Sejauh mana situs tersebut aman dan melindungi informasi pelanggan.

Skala *E-recovery Service Quality* hanya berperan penting dalam situasi pelanggan *online* mengalami masalah atau memiliki sejumlah pertanyaan yang ingin dicarikan solusinya. *E-recovery Service Quality* terdiri dari tiga dimensi:

1. *Responsiveness*: Kemampuan untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan sewaktu timbul masalah.
2. *Compensation*: Sejauh mana situs tersebut memberi kompensasi kepada pelanggan atas masalah yang terjadi.
3. *Contact*: Ketersediaan *customer service* melalui telepon atau perwakilan dalam fasilitas pendukung *online*.

2.4 Uji Chi Square

Uji Chi-square merupakan salah satu prosedur non parametrik yang dapat digunakan dalam analisis statistik yang sering digunakan dalam praktek. Teknik Chi-square ditemukan oleh Helmet pada tahun 1900, pertama kali diperkenalkan kembali oleh Karl Pearson.

Uji Chi-square digunakan untuk menguji kebebasan antara dua sampel (variabel) yang disusun dalam tabel baris kali kolom atau menguji keselarasan dimana pengujian dilakukan untuk memeriksa ketergantungan dan homogenitas apakah data sebuah sampel yang diambil menunjang hipotesis yang menyatakan bahwa populasi asal sampel tersebut mengikuti suatu distribusi yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, uji ini dapat juga disebut uji keselarasan (*goodness of fit test*), karena untuk menguji apakah sebuah sampel selaras dengan salah satu distribusi teoritis (seperti distribusi normal, uniform, binomial dan lainnya). Pada kedua prosedur tersebut selalu meliputi perbandingan frekuensi yang teramati dengan frekuensi yang diharapkan bila H_0 yang ditetapkan benar, karena dalam

penelitian yang dilakukan data yang diperoleh tidak selamanya berupa data skala interval saja, melainkan juga data skala nominal, yaitu yang berupa perhitungan frekuensi pemunculan tertentu.

Perhitungan frekuensi pemunculan juga sering dikaitkan dengan perhitungan persentase, proporsi atau yang lain yang sejenis. Chi-square adalah teknik statistic yang dipergunakan untuk menguji probabilitas seperti itu, yang dilakukan dengan cara mempertentangkan antara frekuensi yang benar-benar terjadi, frekuensi yang diobservasi, *observe frequencies* (disingkat F_0 atau O) dengan frekuensi yang diharapkan, *expected frequencies* (disingkat F_h atau E).

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menggunakan Chi-kudarat, yaitu:

1. Chi-square digunakan untuk menganalisa data yang berbentuk frekuensi
2. Chi-square tidak dapat digunakan untuk menentukan besar atau kecilnya korelasi dari variabel-variabel yang dianalisa.
3. Chi-square pada dasarnya belum dapat menghasilkan kesimpulan yang memuaskan.
4. Chi-square cocok digunakan untuk data kategorik, data diskrit atau data nominal.

Cara memberikan interpretasi terhadap Chi-square adalah dengan menentukan df (*degree of freedom*). Setelah itu berkonsultasi tabel harga kritik Chi-square. Selanjutnya membandingkan antara harga Chi-square dari hasil perhitungan dengan harga kritik Chi-square, akhirnya mengambil kesimpulan dengan ketentuan:

1. Bila harga Chi-square sama atau lebih besar dari tabel Chi-square maka hipotesa nol (H_0) ditolak dan hipotesa alternatif (H_a) diterima.
2. Bila harga Chi-square lebih kecil dari tabel Chi-square maka hipotesa nol (H_0) diterima dan hipotesa alternatif (H_a) ditolak.

Tabel Chi-square akan dijelaskan pada Tabel 2.1 Berikut:

Tabel 2.1 Tabel chi-square untuk $df = 1-15$

Df	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005
1	2.70554	3.84146	5.02390	6.63489	7.87940

2	4.60518	5.99148	7.37778	9.21035	10.59653
3	6.25139	7.81472	9.34840	11.34488	12.83807
4	7.77943	9.48773	11.14326	13.27670	14.86017
5	9.23635	11.07048	12.83249	15.08632	16.74965
6	10.64464	12.59158	14.44935	16.81187	18.54751
7	12.01703	14.06713	16.01277	18.47532	20.27774
8	13.36156	15.50731	17.53454	20.09016	21.95486
9	14.68366	16.91896	19.02278	21.66605	23.58927
10	15.98717	18.30703	20.48320	23.20929	25.18805
11	17.27501	19.67515	21.92002	24.72502	26.75686
12	18.54934	21.02606	23.33666	26.21696	28.29966
13	19.81193	22.36203	24.73558	27.68818	29.81932
14	21.06414	23.68478	26.11893	29.14116	31.31943
15	22.30712	24.99580	27.48836	30.57795	32.80149

2.5 Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen penggunaan jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. Menurut Budianto (2013) untuk mengetahui besarnya CSI ini langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Mean Importance Score (MIS) adalah rata-rata dari skor kepentingan suatu atribut. Sedangkan *Mean Satisfaction Score* (MSS) adalah rata-rata skor untuk tingkat kepuasan yang berasal dari kinerja jasa yang dirasakan oleh pelanggan. Untuk mengetahui nilai dari MIS dan MSS dapat diperoleh dari persamaan 1 dan persamaan 2 sebagai berikut:

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

Y_i = Nilai kepentingan atribut Y ke-i

n = Jumlah responden

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

Y_i = Nilai kepuasan atribut Y ke-i

n = Jumlah responden

2. Membuat *Weight Factors* (WF)

Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per-atribut terhadap total MIS seluruh atribut. Untuk mengetahui nilai dari WF dapat diperoleh dari persamaan 3 berikut:

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\% \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

MIS_i = Nilai rata-rata kepentingan ke-i

$\sum_{i=1}^p MIS_i$ = Total rata-rata kepentingan dari ke-i ke-p

3. Membuat *Weight Score* (WS)

Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan. Untuk mengetahui nilai dari WS dapat diperoleh dari persamaan 4 berikut:

$$WS_i = WFi \times MSS \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

WFi = Faktor tertimbang ke-i

MSS = Rata-rata tingkat kepuasan

4. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Nilai CSI dapat diperoleh dari persamaan 5 berikut:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS}{HS} \times 100\% \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan:

$\sum_{i=1}^p WS$ = Total rata-rata skor kepentingan dari-i ke-p

$HS = HS$ (*higest scale*) merupakan skala maksimum yang digunakan

Pada umumnya, bila nilai CSI di atas 50 persen maka dapat dikatakan bahwa pengguna jasa sudah merasa puas sebaliknya bila nilai CSI di bawah 50 persen pengguna jasa belum dikatakan puas. Nilai CSI dalam penelitian ini dibagi dalam lima kriteria dari tidak puas sampai dengan sangat puas seperti yang terdapat pada Tabel 2.2.

Tabel 2.2 Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI). (Sumber: Khurniyah dkk., 2016)

No.	Nilai CSI	Kriteria CSI
1	81% - 100%	Sangat Puas
2	66% - 80%	Puas
3	51% - 65%	Cukup Puas
4	35% - 50%	Kurang Puas
5	0% - 34%	Tidak Puas

2.6 *Importance Performance Analysis* (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) adalah sebuah teknik analisis deskriptif yang diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977). *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan seseorang atas kinerja pihak lain. Kepuasan seseorang tersebut diukur dengan cara membandingkan tingkat harapannya dengan kinerja yang dilakukan pihak lain. John A. Martilla dan John C. James mengembangkan konsep *Importance Performance Analysis* (IPA) yang sebenarnya berasal dari konsep *Satisfaction Quality*. Konsep ini berisi bagaimana menterjemahkan apa yang diinginkan oleh pelanggan diukur dalam kaitannya dengan apa yang harus dilakukan oleh penyedia jasa agar menghasilkan produk berkualitas, baik yang berwujud maupun tidak berwujud (Supranto, 2001). Bila pada konsep *Satisfaction Quality* hanya menganalisis tentang kesenjangan atau gap yang terjadi antara keinginan atau harapan pelanggan dengan kinerja yang telah diberikan perusahaan, dalam metode ini diperlukan pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar

pelanggan merasa puas terhadap kinerja perusahaan, dan seberapa besar pihak penyedia jasa memahami apa yang diinginkan pelanggan terhadap jasa yang mereka berikan.

Pedoman bagi pelanggan untuk menilai tingkat kepentingan kualitas pelayanan, digunakan skala *likert* dengan nilai 1-4

- 1: Sangat Tidak Penting
- 2: Tidak Penting
- 3: Penting
- 4: Sangat Penting

Pedoman bagi konsumen untuk menilai tingkat kinerja layanan, juga digunakan skala *likert* dengan nilai 1-4

- 1: Sangat Tidak Baik
- 2: Tidak Baik
- 3 Baik
- 4: Sangat Baik

Tingkat kesesuaian mempunyai arti yaitu hasil perbandingan skor kinerja/pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja/realita perusahaan yang dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan/ekspektasi pelanggan. Perhitungan menggunakan persamaan 6 berikut:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \dots \dots \dots (6)$$

Dengan:

Tki = Tingkat kesesuaian responden.

Xi = Skor penilaian kinerja/realita perusahaan.

Yi = Skor penilaian kepentingan/ekspektasi pelanggan.

Sumbu Y diisi dengan skor tingkat kepentingan/ekspektasi, dan pada sumbu X diisi dengan skor tingkat pelaksanaan/realita. Maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan persamaan 7 dan persamaan 8:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \dots\dots\dots(7)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n} \dots\dots\dots(8)$$

Dengan:

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/realita.

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan/ekspektasi

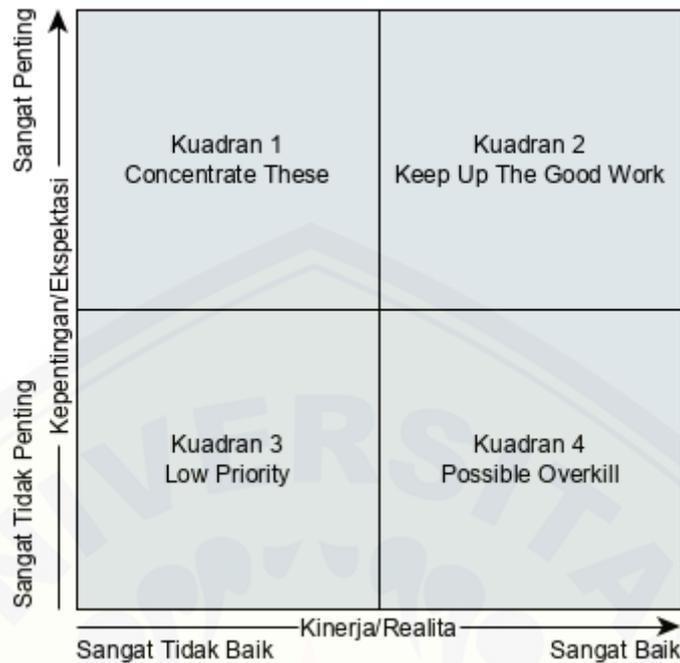
n = Jumlah responden

Diagram kartesius pada Gambar 2.1 merupakan suatu bangunan atas empat bagian yang batasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X} , \bar{Y}). \bar{X} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan dari sebuah faktor atribut dan \bar{Y} adalah rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Seluruhnya ada K faktor. Persamaan berikutnya yang digunakan adalah persamaan 9 dan persamaan 10:

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_i}{n} \dots\dots\dots(9)$$

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_i}{n} \dots\dots\dots(10)$$

K = Banyaknya faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.



Gambar 2.1 Diagram Kartesius *Importance Performance Analysis* (IPA)

Berikut adalah penjelasan dari masing–masing kuadran *Importance Performance Analysis* menurut Deo (2017):

1. Kuadran 1 (*Concentrate These*)

Kuadran 1 adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai dengan harapan pelanggan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan.

2. Kuadran 2 (*Keep Up The Good Work*)

Kuadran 2 adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, dan faktor-faktor yang dianggap pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk atau jasa unggul di mata pelanggan.

3. Kuadran 3 (*Low Priority*)

Kuadran 3 adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan pada kenyatannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.

4. Kuadran 4 (*Possible Overkill*)

Kuadran 4 adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

Menurut Kwon dan Chung (2018) Kuadran I menunjukkan tingkat kepentingan dan kepuasan yang tinggi. Perusahaan harus memberikan kepuasan kepada pelanggan agar memperoleh loyalitas sehingga pelanggan akan melakukan kunjungan kembali. Kuadran II menunjukkan kepentingan yang tinggi namun dengan kepuasan yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa upaya yang intens harus dilakukan saat ini. Kuadran III menunjukkan tingkat kepentingan dan kepuasan yang rendah, dan menunjukkan bahwa ini bukan pertimbangan prioritas. Kuadran 4 menunjukkan kepentingan yang rendah dengan kepuasan yang tinggi. Hal ini memungkinkan pemborosan sumber daya yang digunakan secara tidak efisien dan dapat dialokasikan ke layanan lain.

Secara umum, langkah-langkah Importance Performance Analysis adalah sebagai berikut ini (Levenburg dan Magal, 2007):

1. Mengidentifikasi elemen-elemen/aspek-aspek kritis yang akan dievaluasi.
2. Mengembangkan instrumen survei yang digunakan untuk mendapatkan penilaian tingkat kepentingan serta kinerja dari elemen-elemen/aspek-aspek yang diperoleh di langkah 1.
3. Menghitung nilai rata-rata tingkat kepentingan serta kinerja masing-masing elemen.

4. Rata-rata nilai tingkat kepentingan serta kinerja tersebut kemudian diplot ke dalam matrik dua dimensi; biasanya sumbu vertikal mewakili nilai rata-rata tingkat kepentingan dan sumbu horizontal mewakili nilai rata-rata kinerja.

Ada dua macam metode untuk menampilkan data *Importance Performance Analysis* yaitu: pertama menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai-nilai pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan dengan tujuan untuk mengetahui secara umum penyebaran data terletak pada kuadran berapa, kedua menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata hasil pengamatan pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan dengan tujuan untuk mengetahui secara spesifik masing-masing faktor terletak pada kuadran berapa.

Penelitian Tzeng dan Chang (2011) mengungkapkan bahwa Peningkatan kualitas layanan harus mengikuti peringkat kepuasan dan kebutuhan pelanggan, yang tidak hanya fokus pada kepentingan. Dalam SERVQUAL, faktor kepuasan lebih besar daripada kepentingan. Sedangkan dalam IF, faktor kepuasan lebih kecil daripada kepentingan. Semakin besar nilai IF, maka faktor – faktor tersebut harus semakin ditingkatkan. Metode ini akan memahami kebutuhan pelanggan yang lebih tepat. Sehingga walaupun SERVQUAL membantu kita membuat peringkat faktor peningkatan kualitas layanan. Namun ada perbedaan antara kepuasan dan kepentingan. Dengan demikian, selain faktor peningkatan SERVQUAL, faktor-faktor peningkatan IF lainnya juga perlu dipertimbangkan dalam peringkat peningkatan kualitas layanan. Namun dalam peningkatan kualitas layanan, faktor kualitas layanan model IPA memiliki pertimbangan yang lebih komprehensif dibandingkan dengan mereka yang SERVQUAL dan IF.

Gunawan dan Iqbal (2019) menyatakan bahwa dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan diagram *Importance Performance Analysis* (IPA) dapat diketahui sejauh mana tingkat kesesuaian antara kepuasan (kinerja) dan kepentingan di setiap dimensi. Sehingga diperoleh pengolahan data yang diperoleh bahwa nilai rata-rata kepuasan (*performance*) dan kepentingan (*importance*) pelanggan per dimensi. Namun kelemahan CSI adalah adanya subyektivitas dalam melakukan metode perhitungan indeksinya. Hal ini bisa memberikan kesan adanya manipulasi dalam perhitungan. Serta adanya ketidakstabilan dari indeks yang

dihasilkan. Ketidakstabilan ini bisa disebabkan karena adanya perubahan dimensi atau atribut yang diukur.

2.7 Kuesioner

Kuesioner merupakan alat pengumpulan data primer dengan metode survei untuk memperoleh opini responden (Pujihastuti, 2010). Kuesioner dapat digunakan untuk memperoleh informasi pribadi misalnya sikap, opini, harapan dan keinginan responden. Idealnya semua responden mau mengisi atau lebih tepatnya memiliki motivasi untuk menyelesaikan pertanyaan ataupun pernyataan yang ada pada kuesioner penelitian.

Menurut Widy (2011) kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui secara pasti data atau informasi apa yang dibutuhkan dan bagaimana variabel yang menyatakan informasi yang dibutuhkan tersebut diukur. Pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner harus jelas dan mudah dimengerti untuk mengurangi kesalahan interpretasi responden dalam pengisian kuisisioner.

2.8 *Statistical Product and Service Solution (SPSS)*

SPSS adalah singkatan dari *Statistical Package for the Social Sciences*, sekarang diperluas untuk melayani berbagai jenis pengguna, seperti untuk proses produksi di pabrik, riset ilmu - ilmu sains dan lainnya. Hingga saat ini produk SPSS telah dipakai dalam berbagai bidang seperti ilmu keuangan, *retail*, telekomunikasi, farmasi, *broadcasting*, militer, *database marketing*, riset pemasaran, peramalan bisnis, penilaian kredit, *customer relationship*, penilaian kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) dan sebagainya.

Awalnya SPSS dibuat untuk keperluan pengolahan data statistik untuk ilmu-ilmu sosial, sehingga kepanjangan SPSS itu sendiri adalah *Statistical Package for the Social Sciences*. Sekarang kemampuan SPSS diperluas untuk melayani berbagai jenis pengguna, seperti untuk proses produksi di pabrik, riset ilmu sains dan lainnya. Dengan demikian, sekarang kepanjangan dari SPSS *Statistical Product and Service Solutions*.

SPSS membantu kita untuk menganalisis data statistik, terutama analisis statistik untuk ilmu-ilmu sosial dengan menggunakan hampir dari semua tipe file data dan menggunakannya untuk membuat laporan berbentuk tabulasi, chart/grafik, plot (diagram) dari berbagai distribusi, statistik. Dengan kata lain SPSS merupakan sebuah sistem yang lengkap, menyeluruh, terpadu dan sangat fleksibel untuk analisis statistik dan manajemen data (Sarwono, 2006).

Berikut beberapa fasilitas yang disediakan SPSS dalam pengoperasiannya antara lain:

1. *Data Editor*. Merupakan jendela untuk pengolahan data. *Data editor* dirancang sedemikian rupa seperti aplikasi-aplikasi *spreadsheet* untuk mendefinisikan, memasukkan, mengubah, dan menampilkan data.
2. *Viewer*. Berguna untuk mempermudah pemakai untuk melihat hasil pemrosesan, menunjukkan atau menghilangkan bagian-bagian tertentu dari output, serta memudahkan distribusi hasil pengolahan dari SPSS ke aplikasi-aplikasi yang lain.
3. *Multidimensional Pivot Tables*. Hasil pengolahan data akan ditunjukkan dengan *multidimensional pivot tables*. Pengguna dapat melakukan eksplorasi terhadap tabel dengan pengaturan baris, kolom, serta *layer*. Pengguna juga dapat dengan mudah melakukan pengaturan kelompok data dengan melakukan *splitting* tabel sehingga hanya satu group tertentu saja yang ditampilkan pada satu waktu.
4. *High-Resolution Graphics*. Dengan kemampuan grafikal beresolusi tinggi, baik untuk menampilkan *pie charts*, *bar charts*, histogram, *scatterplots*, *3-D graphics*, dan yang lainnya, akan membuat SPSS tidak hanya mudah dioperasikan tetapi juga membuat pemakai merasa nyaman dalam pekerjaannya.
5. *Database Access*. Pengguna dapat memperoleh kembali informasi dari sebuah database dengan menggunakan *Database Wizard* yang disediakan.
6. *Data Transformation*. Membantu pengguna memperoleh data yang siap untuk dianalisis. Pengguna dapat dengan mudah melakukan subset data,

mengkombinasikan kategori, *add*, *agregat*, *merge*, *split*, dan beberapa perintah *transpose files* lainnya.

7. *Electronic Distribution*. Pengguna dapat mengirimkan laporan secara elektronik menggunakan *email* atau melakukan *export* tabel dan grafik ke mode HTML sehingga mendukung distribusi melalui internet dan intranet.
8. *Online Help*. SPSS menyediakan fasilitas *online help* yang akan selalu siap membantu pengguna dalam melakukan pekerjaannya. Bantuan yang diberikan dapat berupa petunjuk pengoperasian secara detail, kemudahan pencarian prosedur yang diinginkan sampai pada contoh-contoh kasus dalam pengoperasian program ini.
9. Akses Data Tanpa Tempat Penyimpanan Sementara. Analisis file-file data yang sangat besar disimpan tanpa membutuhkan tempat penyimpanan sementara. Hal ini berbeda dengan SPSS sebelum versi 11.5 dimana file data yang sangat besar dibuat temporary filenya.
10. *Interface dengan Database Relational*. Fasilitas ini akan menambah efisiensi dan memudahkan pekerjaan untuk mengekstrak data dan menganalisisnya dari basis data relasional.
11. Analisis Distribusi. Fasilitas ini diperoleh pada pemakaian SPSS for *Server* atau untuk aplikasi *multiuser*. Kegunaan dari analisis ini adalah apabila peneliti akan menganalisis file-file data yang sangat besar dapat langsung *remote* dari *server* dan memprosesnya sekaligus tanpa harus memindahkan ke komputer pengguna.
12. *Multiple Session*. SPSS memberikan kemampuan untuk melakukan analisis lebih dari satu file data pada waktu yang bersamaan.
13. *Mapping*. Visualisasi data dapat dibuat dengan berbagai macam tipe baik secara konvensional atau interaktif, misalnya dengan menggunakan tipe bar, pie atau jangkauan nilai, simbol *gradual*, dan *chart*.

Pengujian dalam penelitian ini yang menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Tahap untuk mendapatkan hasil uji validitas menggunakan SPSS, yaitu:

- a. Membuat dataset dengan memasukkan nama variabel yang digunakan dalam penelitian.
- b. Memasukkan skor dan total skor indikator setiap variabel.
- c. Menggunakan fungsi “Analyze”, pilih “Correlate”, lalu pilih “Bivariate”.
- d. Menggunakan skor seluruh indikator dari variabel beserta skor total variabel yang akan diuji untuk mendapatkan satu persatu hasil uji validitas setiap variabel.

2. Uji Reliabilitas

Tahap untuk mendapatkan hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS, yaitu:

- a. Membuat dataset dengan memasukkan nama variabel yang digunakan dalam penelitian.
- b. Menggunakan fungsi “Analyze”, pilih “Scale”, lalu pilih “Reliability Analysis”.
- c. Menggunakan skor indikator masing-masing variabel yang akan diuji untuk mendapatkan hasil uji reliabilitas setiap variabel.

3. Uji Chi Square

Tahapan untuk mendapatkan hasil uji Chi Square menggunakan SPSS, yaitu:

- a. Membuat dataset dengan memasukkan nama variabel yang digunakan dalam penelitian.
- b. Menggunakan fungsi “Analyze”, pilih “Descriptive Statistics”, lalu pilih “Crosstabs”.
- c. Masukkan variabel ke kotak “Row(s)” dan “Column(s)”.
- d. Berikutnya klik “Statistics”, muncul kotak dialog dengan nama Crosstabs: Statistics, beri tanda centang (✓) pada bagian Chi-Square, lalu klik “Continue”.

- e. Klik “OK”

4. *Importance Performance Amalysis (IPA)*

Tahap untuk membuat diagram kartesius IPA menggunakan SPSS, yaitu:

- a. Membuat dataset dengan memasukkan nama variabel yang digunakan dalam penelitian.
- b. Kemudian pilih “Graphs”, lalu pilih “Legacy Dialogs”, pilih “Scatter/Dot..”.
- c. Lalu pilih “Simple Scatter”, kemudian pilih “Define”.



BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menggambarkan tentang penelitian yang akan dilakukan untuk menjawab rumusan masalah sehingga dapat mewujudkan tujuan sebenarnya dari penelitian. Pada metodologi penelitian akan dijelaskan tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian serta tahapan dari penelitian.

3.1 Jenis Penelitian

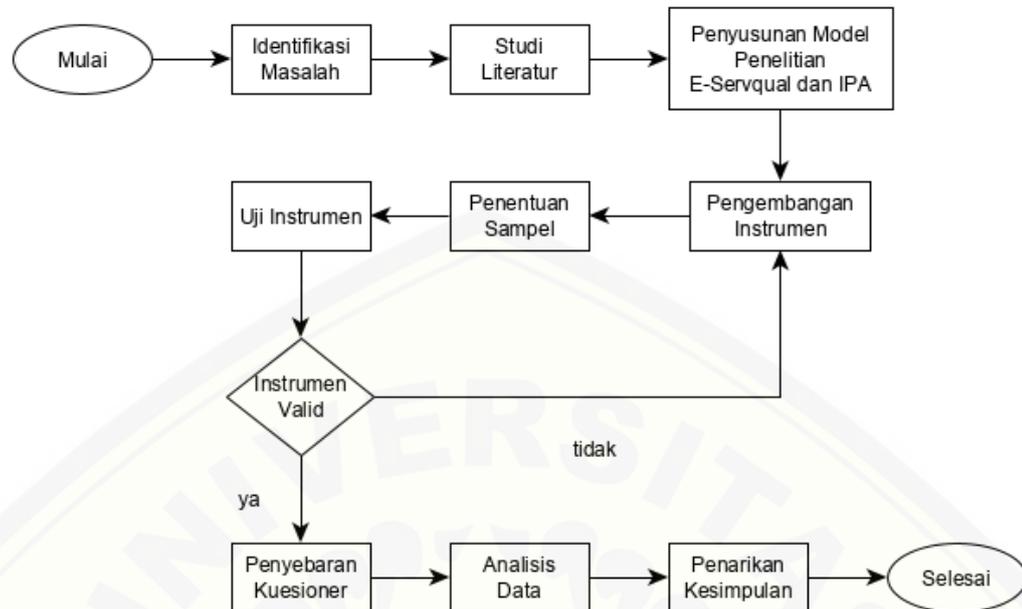
Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menggunakan penelitian jenis kuantitatif karena data yang diolah dalam bentuk angka melalui Kuesioner yang telah disebar yang diolah melalui variabel dan parameter tertentu dalam perhitungan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Menurut Sugiyono (2009), penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang memiliki landasan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu dengan mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian dan menganalisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik serta bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan pelayanan Traveloka yang digunakan oleh masyarakat untuk melakukan transaksi tiket perjalanan secara *online*. Pada penelitian ini data didapat dari responden yaitu masyarakat pengguna Traveloka.

3.3 Tahapan Penelitian

Tahapan metodologi penelitian merupakan urutan dari langkah penelitian yang dilakukan selama penelitian berlangsung. Tahapan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut.



Gambar 3.1 Tahapan Penelitian

3.3.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah salah satu proses penelitian untuk memahami permasalahan yang ada pada objek penelitian. Identifikasi dimulai dari mengenali objek penelitian, memahami kondisi objek, menganalisis permasalahan yang ada, dan mencari solusi dari permasalahan yang ada.

3.3.2 Studi Literatur

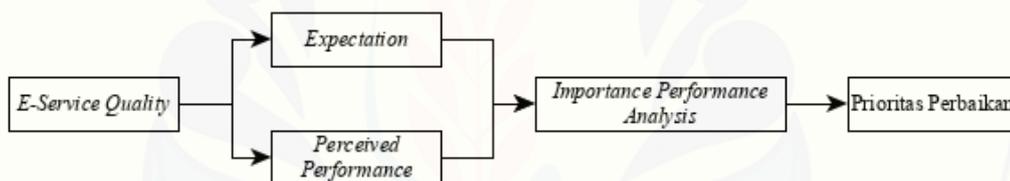
Studi literatur dilakukan dengan tujuan mengumpulkan data dan informasi sebagai dasar pembahasan penyusunan dasar teori yang digunakan dalam penelitian. Sumber yang digunakan berupa buku, jurnal, berita, dan karya ilmiah. Tahapan ini bertujuan untuk memperkuat pemilihan metode yang digunakan dalam penelitian dan bertujuan sebagai pembandingan dari penelitian terdahulu.

3.3.3 Penyusunan Model Penelitian

Model penelitian berfungsi untuk menggambarkan keterkaitan antar proses penelitian. *E-service quality* memandang kualitas layanan sebagai fungsi dari kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi pelanggan. Oleh karena itu *e-service*

quality dijadikan model yang tepat untuk menganalisa dan mengukur tingkat kualitas sebuah penyedia layanan jasa elektronik (Rahmawati, 2010).

Model *Importance Performance Analysis* dapat diketahui dari *expectation* dan *perceived performance*. *Expectation* adalah harapan pengguna terhadap produk yang diinginkan. Sementara *perceived performance* adalah persepsi pengguna terhadap produk/jasa yang digunakan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Importance Performance Analysis* membandingkan antara harapan (*expectation*) dengan kinerja (*performance*) untuk mengukur kepuasan pengguna. *Importance Performance Analysis* dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan memprioritaskan layanan – layanan yang harus diperbaiki dalam pengembangan kualitas layanan yang lebih baik. Gambaran mengenai model penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.2.



Gambar 3.2 Model Penelitian

3.3.4 Pengembangan Instrumen

Penyusunan instrumen penelitian ini berdasarkan variabel yang telah disesuaikan berdasarkan kerangka pemikiran dan hipotesis yang disajikan sebelumnya. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apapun yang telah ditentukan oleh peneliti untuk selanjutnya dipelajari sehingga mendapatkan informasi mengenai hal tersebut kemudian didapatkan kesimpulan (Sugiyono, 2009). Penelitian ini terdapat 7 variabel dari *E-Service Quality*. Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini akan dijelaskan pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Alat Ukur	Hasil Ukur	Skala Ukur
Efficiency	Traveloka mudah digunakan, terstruktur dengan benar, dan membutuhkan informasi minimum untuk diinput oleh pelanggan.	Kuesioner	$\text{Skor} = \frac{\text{performance}}{\text{expectation}} \times 100\%$ <p>Tingkat Kepuasan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak Puas, jika skor < 90 %. - Puas, jika skor \geq 90 %. <p>(Prihata, 2009)</p>	Ordinal
Fullfillment	Mencakup akurasi janji layanan, ketersediaan stok produk, dan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan.	Kuesioner	$\text{Skor} = \frac{\text{performance}}{\text{expectation}} \times 100\%$ <p>Tingkat Kepuasan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak Puas, jika skor < 90 %. - Puas, jika skor \geq 90 %. <p>(Prihata, 2009)</p>	Ordinal

System Availability	Segala macam fungsi teknik yang tersedia dapat berjalan dengan lancar.	Kuesioner	$\text{Skor} = \frac{\text{performance}}{\text{expectation}} \times 100\%$ <p>Tingkat Kepuasan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak Puas, jika skor < 90 %. - Puas, jika skor \geq 90 %. <p>(Prihata, 2009)</p>	Ordinal
Privacy	Sejauh mana Traveloka memberikan suatu keamanan dan melindungi data pribadi pengguna.	Kuesioner	$\text{Skor} = \frac{\text{performance}}{\text{expectation}} \times 100\%$ <p>Tingkat Kepuasan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak Puas, jika skor < 90 %. - Puas, jika skor \geq 90 %. <p>(Prihata, 2009)</p>	Ordinal
Responsiveness	Respon cepat dan kemampuan untuk mendapatkan bantuan jika ada masalah atau pertanyaan.	Kuesioner	$\text{Skor} = \frac{\text{performance}}{\text{expectation}} \times 100\%$ <p>Tingkat Kepuasan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak Puas, jika skor < 90 %. - Puas, jika skor \geq 90 %. <p>(Prihata, 2009)</p>	Ordinal

Compensation	Sejauh mana Traveloka memberi kompensasi kepada pengguna bila terjadi masalah.	Kuesioner	$\text{Skor} = \frac{\text{performance}}{\text{expectation}} \times 100\%$ <p>Tingkat Kepuasan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak Puas, jika skor < 90 %. - Puas, jika skor \geq 90 %. <p>(Prihata, 2009)</p>	Ordinal
Contact	Ketersediaan bantuan melalui telepon atau <i>online</i> .	Kuesioner	$\text{Skor} = \frac{\text{performance}}{\text{expectation}} \times 100\%$ <p>Tingkat Kepuasan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak Puas, jika skor < 90 %. - Puas, jika skor \geq 90 %. <p>(Prihata, 2009)</p>	Ordinal
Jenis Kelamin	Perbedaan karakteristik responden secara biologis yang ditunjukkan oleh penampilan dari luar. (Prihata, 2009)	Kuesioner	Dikategorikan menjadi: <ol style="list-style-type: none"> 1. Laki – laki 2. Perempuan 	Ordinal
Usia	Selisih lamanya waktu hidup yang dihitung dalam tahun	Kuesioner	Dikategorikan menjadi: <ol style="list-style-type: none"> 1. \leq20 tahun 2. 21-25 tahun 	Interval

Sistem akan menampilkan list produk yang tersedia.	B4								
Informasi produk selalu diperbarui.	B5								
Traveloka menyediakan promosi – promosi tertentu dalam layanannya.	B6								
Traveloka jujur atas setiap penawaran yang diberikan (misal; promo yang ditawarkan sesuai pada saat pembayaran).	B7								
Traveloka memungkinkan perubahan reservasi atau pembatalan	B8								
System Availability									
Situs/aplikasi Traveloka selalu tersedia.	C1								
Situs/aplikasi Traveloka mudah dijalankan.	C2								
Situs/aplikasi Traveloka tidak berjalan lamban.	C3								
Situs/aplikasi Traveloka tidak <i>error</i> atau <i>crash</i> sewaktu – waktu	C4								
Privacy									
Traveloka melindungi informasi tentang aktivitas belanja pelanggan	D1								
Traveloka tidak akan membagikan informasi pribadi pelanggan	D2								
Traveloka melindungi informasi transaksi pelanggan (kartu kredit/debit, dan lain sebagainya).	D3								

Traveloka melindungi informasi data pembayaran.	D4								
Responsiveness									
Traveloka menangani masalah / keluhan transaksi pelanggan dengan sederhana.	E1								
Traveloka menangani masalah / keluhan transaksi pelanggan dengan segera.	E2								
Traveloka memberitahu pelanggan apa yang harus dilakukan jika transaksi pelanggan mengalami masalah (tidak terproses, dan sebagainya).	E3								
Traveloka menanggapi masalah / keluhan transaksi pelanggan dalam waktu 24 jam.	E4								
Compensation									
Traveloka menawarkan refund / retur / tukar produk jika produk tidak sesuai, ingin ganti produk, dan sebagainya.	F1								
Traveloka mampu memberikan layanan 100% pengembalian uang bila transaksi gagal.	F2								
Contact									
Traveloka memiliki <i>customer service</i> yang tersedia secara online	G1								
Traveloka menyediakan kontak (telepon, <i>email</i> , dan lain – lain)	G2								

untuk mengatasi masalah / keluhan pelanggan.									
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Model Kuesioner menggunakan model skala likert. Skala likert yang digunakan terhadap kepentingan/ekspektasi terdiri dari angka 1 (sangat tidak penting) sampai dengan 4 (sangat penting) dan skala likert yang digunakan terhadap kinerja/realita terdiri dari angka 1 (sangat tidak baik) sampai dengan 4 (sangat baik) dengan skor kriteria interpretasi sebagai berikut. Skala likert terbentuk sesuai dengan Tabel 3.3 berikut:

Tabel 3.3 Skala Likert

Skor Kriteria Interpretasi		
Skala	Kepentingan / Ekspektasi	Kinerja / Realita
4	Sangat Penting	Sangat Baik
3	Penting	Baik
2	Tidak Penting	Tidak Baik
1	Sangat Tidak Penting	Sangat Tidak Baik

Skala Likert yang digunakan yaitu modifikasi skala Likert dengan empat tingkat skala. Modifikasi pada skala Likert dilakukan untuk dapat menjangkau data penelitian yang lebih akurat dikarenakan kategori jawaban *Undeciden* (netral, ragu-ragu, setuju tidak, tidak setuju pun tidak) yang mempunyai arti ganda, atau bisa diartikan bahwa responden belum dapat memutuskan atau memberikan jawaban sehingga dapat menimbulkan *central tendency effect* yang dapat menghilangkan banyak data penelitian dan mengurangi banyaknya informasi yang dapat dijangkau dari para responden (Hartanto, 2017).

3.3.5 Penentuan Sampel

Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari responden yang diambil melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada pengguna aplikasi Traveloka. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non-probability Sampling*. Menurut Triyono (2003) *Non-probability Sampling* ialah suatu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota. Metode yang digunakan

adalah sampling incidental. Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa sampel incidental atau sampling incidental merupakan sebuah teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, artinya siapapun orang yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel dengan catatan bahwa peneliti melihat orang tersebut layak digunakan sebagai sumber data.

Peneliti menggunakan rumus Lameshow untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan. Rumus yang digunakan dijabarkan pada persamaan 11 berikut:

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha/2})^2 PqN}{d^2(N-1) + (Z_{1-\alpha/2})^2 Pq} \dots\dots\dots(11)$$

Keterangan :

P = Proporsi subyek yang dari penelitian sebelumnya. Bila tidak menemukan dari peneliti sebelumnya, gunakan 0,5

$q = 1-P$ (misalnya $1-0,5 = 0,5$)

d = Tingkat presisi, untuk P antara 10-90% gunakan $d = 0,05$

Z = Tingkat kepercayaan yang sebesar 95 % = 1,96 (default)

n = Jumlah sampel

N = Banyaknya populasi.

Oleh karena populasi tidak diketahui, maka peneliti menggunakan rumus Lameshow seperti pada persamaan 12 sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 pq}{d^2} = \frac{Z^2 p(1-p)}{d^2} \dots\dots\dots(12)$$

Berdasarkan persamaan 12 diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 0,5(1-0,5)}{0,05^2} = 385$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel minimal yang dibutuhkan sebesar 385 orang.

3.3.6 Uji Instrumen

Instrument penelitian akan diuji cobakan kepada minimal 30 responden yang mana hasil dari penelitian akan dilakukan uji menggunakan dua proses berikut:

1. Uji Validitas

Azwar (1987: 173) menyatakan bahwa validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (*tes*) dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu *tes* dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur secara tepat atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Artinya hasil ukur dari pengukuran tersebut merupakan besaran yang mencerminkan secara tepat fakta atau keadaan sesungguhnya dari apa yang diukur.

Uji validitas pada instrumen alat ukur dilakukan dengan cara mengkorelasikan nilai skor pada satu item dengan total skor dari seluruh item yang ada. Perhitungan korelasi untuk mendapatkan nilai *pearson correlation* (r) dipaparkan persamaan 13.

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum X_i)^2)(n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2)}} \dots\dots\dots(13)$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah responden uji coba

X = skor tiap item

Y = skor seluruh item responden uji coba

Menurut Sugiyono, uji validitas memiliki nilai *pearson correlation* (r) yang menjadi dasar dalam pengambilan keputusan untuk dibandingkan dengan tabel r dengan kriteria sebagai berikut (Sugiyono, 2014) :

1. Jika nilai r hitung > nilai r tabel, maka instrumen dinyatakan valid.

2. Jika nilai r hitung < nilai r tabel, maka instrumen dinyatakan tidak valid.

Nilai r tabel dapat ditentukan berdasarkan angka derajat kebebasan (*degrees of freedom*). *Degrees of freedom* merupakan jumlah total dari pengamatan sampel (N) dikurangi dengan banyaknya kendali (linier) bebas atau pembatasan (restriksi) yang diletakan atas pengamatan. Angka *degrees of freedom* didapatkan dari jumlah responden penelitian dikurangi dua ($df = N-2$). Berikut nilai r tabel untuk $df = 1-30$.

Tabel 3.4 R tabel untuk $df = 1-30$. (Sumber: Nisa, 2019)

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402

22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata reliability berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama, diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah. Maksud dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi meskipun kuesioner ini digunakan dua kali atau lebih pada lain waktu. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid.

Nilai reliabilitas dinyatakan dengan koefisien Alpha Cronbach berdasarkan kriteria batas terendah reliabilitas adalah 0,6. Bila kriteria pengujian terpenuhi maka kuesioner dinyatakan reliabel.

3.3.7 Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mengetahui sejauh mana ekspektasi dan penilaian oleh masyarakat terhadap aplikasi Traveloka. Kuesioner yang digunakan mengacu dari penelitian - penelitian sebelumnya namun ada penambahan dan pengurangan, sebab kuesioner yang digunakan harus berdasarkan permasalahan-permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini sehingga

penulisan harus melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Kuesioner ini akan disebar kepada masyarakat yang pernah menggunakan aplikasi Traveloka.

3.3.8 Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran deskriptif mengenai jawaban responden kualitas pelayanan Traveloka. Analisis ini menguraikan data penelitian tanpa melalui pengujian dan berbentuk tabel frekuensi.

2. Analisis Tingkat Kesesuaian *Importance* dan *Performance*

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrument yang digunakan dalam penelitian ini, langkah selanjutnya adalah mengolah data dan menganalisis data. Analisis data dilakukan dalam penelitian ini adalah supaya dapat menyajikan kumpulan data hasil pengukuran menjadi satu informasi yang dapat dibaca dan berguna.

Tingkat kesesuaian adalah hasil yang diperoleh dari perbandingan antara skor kinerja dengan skor kepentingan. Dari tingkat kesesuaian yang diperoleh ini diharapkan dapat dipakai sebagai acuan dalam menentukan prioritas peningkatan atribut kualitas layanan yang mempengaruhi penilaian pengguna terhadap kinerja layanan Traveloka yang diterima. Dalam menentukan tingkat kesesuaian ini ada dua variabel yang dihitung, yaitu variabel X yang mewakili kinerja dan variabel Y yang mewakili kepentingan pengguna Traveloka.

3. GAP Analysis

Perbedaan antara harapan dan kenyataan atas kualitas layanan yang diterima oleh pengguna inilah yang disebut dengan *gap* atau kesenjangan. Kesenjangan ini terjadi karena konsumen mempersepsikan layanan yang diterima berbeda dengan pemberi layanan. Nilai kesenjangan antara layanan yang dirasakan dengan layanan yang diharapkan konsumen dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Nilai Gap} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Ekspektasi}$$

4. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen penggunaan jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa.

5. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Analisis IPA dilakukan dengan menggunakan SPSS yang menyediakan fasilitas analisis *graphs scatter/dot* yang hasilnya berupa gambar diagram kartesius. Diagram kartesius merupakan suatu bangun persegi yang dibagi dalam empat bagian dengan dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X dan Y), dan X merupakan rata-rata dari skor tingkat penilaian kinerja sedangkan Y adalah rata-rata dari skor tingkat kepentingan. Tujuan analisis IPA ini adalah untuk mengidentifikasi atribut kepentingan layanan pendidikan berada di kuadran 1, 2, 3, atau 4 dalam diagram kartesius.

3.3.9 Penarikan Kesimpulan

Bagian ini memaparkan hasil analisis data secara deskriptif sehingga hasil penelitian dapat dipahami oleh semua pihak. Pada bagian ini juga akan membahas saran penelitian yang sebaiknya dilakukan di masa depan, sehingga penelitian tersebut mampu melengkapi kekurangan pada penelitian saat ini.

BAB 5. PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran dari peneliti berdasarkan penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dan saran diharapkan dapat digunakan sebagai acuan penelitian selanjutnya.

5.1 Kesimpulan

Dari analisis yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi analisis tingkat kesesuaian variabel *expectation* dan *performance*, *GAP analysis*, dan analisis IPA, menunjukkan kesimpulan bahwa pengguna sudah merasa mendapatkan pelayanan yang baik. Dengan rata-rata nilai *expectation* sebesar 3,54 artinya pengguna berpendapat layanan yang diberikan Traveloka sangat penting. Untuk rata-rata nilai *performance* sebesar 3,35 artinya pelayanan yang diberikan Traveloka dirasa sudah sangat baik. Namun kualitas pelayanan pada Traveloka belum dapat memenuhi harapan pengguna, dapat dilihat dari hasil perhitungan GAP yang memiliki nilai rata-rata sebesar 0,20 (negatif), hal ini menunjukkan masih terdapat kesenjangan antara harapan dan persepsi pengguna terhadap layanan yang diberikan. Akan tetapi hasil kesenjangan dari rata-rata per variabel < 1 sehingga dapat dikatakan harapan pengguna terhadap pelayanan yang diberikan sudah terpenuhi meskipun masih ada per item atribut tertentu yang perlu diprioritaskan. Sementara nilai CSI yang diperoleh yaitu sebesar 83,17%. Dapat disimpulkan bahwa pengguna merasa sangat puas terhadap pelayanan dari Traveloka. Matrik IPA melengkapi analisis kesenjangan (*gap*) yang hanya mengukur selisih antara nilai rata-rata ekspektasi dan realita, yakni dengan menentukan prioritas perbaikannya.

Layanan yang berada dalam kuadran 1 adalah prioritas utama perbaikan dimana pengguna sebagai responden merasakan atribut tersebut sangat penting dan mempunyai harapan tinggi namun belum merasakan kinerja yang maksimal. Adapun atribut tersebut adalah B6 (Traveloka menyediakan promosi – promosi tertentu dalam layanannya.), B7 (Traveloka jujur atas setiap penawaran yang diberikan (misal; promo yang ditawarkan sesuai pada saat pembayaran.)), D1

(Traveloka melindungi informasi tentang aktivitas belanja pelanggan.), dan E2 (Traveloka menangani masalah / keluhan transaksi pelanggan dengan segera.).

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian ini, adapun saran untuk penelitian selanjutnya yaitu mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan kepuasan dan kualitas layanan. Sehingga hasil penelitian mengenai kepuasan dan kualitas layanan berdasarkan perspektif pengguna dapat lebih baik dari sebelumnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Al Khattab, S. A. dan J. S. Aldehayyat. 2011. Perceptions of service quality in jordanian hotels. *International Journal of Business and Management*. 6(7):226–233.
- Budianto, D. 2013. Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan harga produk dengan menggunakan metode customer satisfaction index (csi) dan importance performance analysis (ipa) (Studi Kasus: Minimarket GARUDA Pekanbaru). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Dabestani, R., A. Shahin, M. Saljoughian, dan H. Shirouyehzad. 2016. Importance-performance analysis of service quality dimensions for the customer groups segmented by dea: the case of four star hotels. *International Journal of Quality and Reliability Management*. 33(2):160–177.
- Deo, P. G. E. 2017. Analisis kualitas layanan lazada dengan menggunakan metode e-servqual dan ipa. *Journal of Accounting and Business Studies*. 2(1):1–19.
- E. Ristya Widy. 2011. Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian epidemiologi kedokteran gigi. *Stomatognatic (J.K.G. Unej)*. 8(1):27–34.
- Gunawan, A. dan I. Iqbal. 2019. Quality measurement customer satisfaction index (csi) method and importance-performance analysis (ipa) diagram pt. asdp indonesia ferry (persero) merak – banten. *Journal of Engineering and Management in Industrial System*. 6(1):11–19.
- Ismail, A. dan Y. S. M. Yunan. 2016. Service quality as a predictor of customer satisfaction and customer loyalty. *Logforum*. 12(4):269–283.
- Khurniyah, H., A. A. Amrawaty, dan M. Aminawar. 2016. ANALISIS tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk rumah potong ayam pt. ciomas adisatwa maros sulawesi selatan. *JITP*. 5
- Kwon, J. dan T. Chung. 2018. Importance-performance analysis (ipa) of service quality for virtual reality golf center. *International Journal of Marketing*

Studies. 10(3):30.

Levenburg dan Magal. 2007. Applying importance-performance analysis to evaluate e-business strategies among small firms. *E-Service Journal*. 3(3):29.

Martilla, J. A. dan J. C. James. 1977. Importance-performance analysis. *Journal of Marketing*. 77–79.

Megantara, I. M. T. 2016. Penentu niat pembelian kembali tiket pesawat secara online pada situs traveloka.com. 5(9):5783–5810.

Naik, C. N. K., S. B. Gantasala, dan G. V. Prabhakar. 2010. Service quality (servqual) and its effect on customer satisfaction in retailing introduction - measures of service quality. *Journal of Naval Science and Engineering*. 16(2):231–243.

Nisa, R. 2019. Analisis Pengaruh Faktor Human and Technology Terhadap Kesuksesan Implementasi Layanan QR Code SISTER FOR STUDENT (SFS) Universitas Jember. Universitas Jember.

Ojasalo, J. 2010. E-service quality: a conceptual model. *International Journal of Arts and Sciences*. 3(7):127–143.

Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan L. L. Berry. 1985. A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*. 49(4):41.

Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan A. Malhotra. 2005. E-s-qual a multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*. 7(3):213–233.

Prihata, J. 2009. Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Dan Minat Untuk Memanfaatkan Kembali Pelayanan Kesehatan Di Puskesmas Dengan Tempat Perawatan (DTP) Di Kabupaten Cirebon Tahun 2009. Universitas Indonesia.

Pujihastuti, I. 2010. Isti pujihastuti abstract. *Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah*. 2(1):43–56.

- Rahmawati, H. 2010. Analisis kualitas pelayanan jasa menggunakan servqual dan importance performance analysis di kantor perpustakaan dan arsip kabupaten karanganyar
- Riyadi, R. 2017. Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Metode Important Performance Analysis Di The Kalimilk Jl. Kaliurang Km 4,9 Yogyakarta. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Sundaram, V., D. Ramkumar, dan P. Shankar. 2017. Impact of e-service quality on customer satisfaction and loyalty empirical study in india online business. *Kinerja*. 21(1):48.
- Tzeng, G. dan H. Chang. 2011. Management & innovation applying importance-performance analysis as a service quality measure in food service industry. *Journal of Technology Management & Innovation Received*. 6(3)

LAMPIRAN

A. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Analisis Kualitas Pelayanan *Online (E-Service Quality)* Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* Pada Traveloka

Kepada Yang Terhormat
Pengguna Traveloka
Di tempat

Dengan hormat,

Bersama ini, perkenankan saya selaku mahasiswa Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember mohon kesediaan anda untuk mengisi daftar kuisisioner yang diberikan. Informasi yang anda berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan penelitian tugas akhir skripsi saya dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan *Online (E-Service Quality)* Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* Pada Traveloka”.

Penelitian yang dilakukan hanya bersifat keilmuan dan data yang terkumpul tidak digunakan untuk hal-hal yang merugikan. Saya berharap saudara/i dapat memberikan jawaban yang sejujurnya pada seluruh pernyataan dalam kuesioner ini.

Atas kesediaan dan kerjasama anda, saya ucapkan terima kasih.

Jember, September 2019

Peneliti

A. Petunjuk Pengisian

Berikan tanda checklist (√) pada kolom di samping kanan pernyataan sesuai dengan kenyataan yang Anda rasakan dan alami.

B. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia : tahun

C. Penjelasan

- Kuesioner ini ditujukan kepada pengguna Traveloka.
- Kuesioner terdiri atas dua bagian:

Bagian Kepentingan/Ekspektasi: Bagian ini untuk mengetahui harapan pengguna terhadap tingkat kepentingan (importance) kualitas layanan Traveloka.

Bagian Kinerja/Realita: Bagian ini ditujukan untuk mengetahui persepsi pengguna terhadap kinerja (performance) kualitas layanan yang diberikan Traveloka selama ini

- Skor dari penilaian adalah sebagai berikut:

Skor Kriteria Interpretasi		
Skala	Kepentingan / Ekspektasi	Kinerja / Realita
4	Sangat Penting	Sangat Baik
3	Penting	Baik
2	Tidak Penting	Tidak Baik
1	Sangat Tidak Penting	Sangat Tidak Baik

promo yang ditawarkan sesuai pada saat pembayaran).									
Traveloka memungkinkan perubahan reservasi atau pembatalan	B8								
System Availability									
Situs/aplikasi Traveloka selalu tersedia.	C1								
Situs/aplikasi Traveloka mudah dijalankan.	C2								
Situs/aplikasi Traveloka tidak lemot.	C3								
Situs/aplikasi Traveloka tidak <i>error</i> atau <i>crash</i> sewaktu - waktu	C4								
Privacy									
Traveloka melindungi informasi tentang aktivitas transaksi pelanggan	D1								
Traveloka tidak akan membagikan informasi pribadi pelanggan	D2								
Traveloka melindungi informasi transaksi pelanggan (kartu kredit/debit, dan lain sebagainya).	D3								
Traveloka melindungi informasi data pembayaran.	D4								
Responsiveness									
Traveloka menangani masalah / keluhan transaksi pelanggan dengan sederhana.	E1								

Traveloka menangani masalah / keluhan transaksi pelanggan dengan segera.	E2								
Traveloka memberitahu pelanggan apa yang harus dilakukan jika transaksi pelanggan mengalami masalah (tidak terproses, dan sebagainya).	E3								
Traveloka menanggapi masalah / keluhan transaksi pelanggan dalam waktu 24 jam.	E4								
Compensation									
Traveloka menawarkan refund / retur / tukar produk jika produk tidak sesuai, ingin ganti produk, dan sebagainya.	F1								
Traveloka mampu memberikan layanan 100% pengembalian uang bila transaksi gagal.	F2								
Contact									
Traveloka memiliki <i>customer service</i> yang tersedia secara online	G1								
Traveloka menyediakan kontak (telepon, <i>email</i> , dan lain – lain) untuk mengatasi masalah / keluhan pelanggan.	G2								

B. Kuesioner Penelitian Google Form

**KUESIONER KUALITAS LAYANAN ONLINE
(E-SERVICE QUALITY) PADA TRAVELOKA**

Petunjuk:

A. Pilih pernyataan sesuai dengan kenyataan yang Anda rasakan dan alami.

B. Bagian **IMPORTANCE** adalah untuk mengetahui harapan pengguna terhadap tingkat kepentingan (importance) kualitas layanan Traveloka

Pedoman bagi pengguna untuk menilai tingkat kepentingan kualitas pelayanan

1: Sangat Tidak Penting
2: Tidak Penting
3: Penting
4: Sangat Penting

Bagian **PERFORMANCE** ditujukan untuk mengetahui persepsi pengguna terhadap kinerja (performance) kualitas layanan yang diberikan Traveloka.

Pedoman bagi pengguna untuk menilai tingkat kinerja layanan

1: Sangat Tidak Baik
2: Tidak Baik
3 Baik
4: Sangat Baik

* Wajib

Nama Responden *

Jawaban Anda

Jenis Kelamin *

Laki - laki

Perempuan

Usia *

Jawaban Anda

Efficiency

Kemudahan dan kecepatan mengakses dan menggunakan Traveloka.

Traveloka mudah untuk menemukan apa yang pelanggan butuhkan (misalnya: produk, metode pembayaran, bantuan keluhan, dan lain-lain). *

Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

*
Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Traveloka dapat terus digunakan dengan mudah. *

Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

*
Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Traveloka dibangun secara user friendly *

Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

*
Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Situs/aplikasi Traveloka memuat halaman dengan cepat *

Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

*
Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Fulfillment					
Mencakup akurasi janji layanan, ketersediaan stok produk, dan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan					
Traveloka dapat menerima order ketika transaksi dikonfirmasi * Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)					
	1	2	3	4	
Sangat Tidak Penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Penting
* Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)					
	1	2	3	4	
Sangat Tidak Baik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Baik
Ketepatan waktu untuk mengirimkan produk * Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)					
	1	2	3	4	
Sangat Tidak Penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Penting
* Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)					
	1	2	3	4	
Sangat Tidak Baik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Baik
Pengiriman produk cepat setelah dilakukan pemesanan * Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)					
	1	2	3	4	
Sangat Tidak Penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Penting
* Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)					
	1	2	3	4	
Sangat Tidak Baik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Baik
Sistem akan menampilkan list produk yang tersedia. * Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)					
	1	2	3	4	
Sangat Tidak Penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Penting
* Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)					
	1	2	3	4	
Sangat Tidak Baik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Baik

Informasi produk selalu diperbarui. *

Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

*

Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Traveloka menyediakan promosi – promosi tertentu dalam layanannya *

Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

*

Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Traveloka jujur atas setiap penawaran yang diberikan (misal; promo yang ditawarkan sesuai pada saat pembayaran). *

Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

*

Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Traveloka memungkinkan perubahan reservasi atau pembatalan *

Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

*

Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

System Availability

Fungsi teknis yang benar dari situs/aplikasi Traveloka.

Situs/aplikasi Traveloka selalu tersedia. *
 Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

 Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Situs/aplikasi Traveloka mudah dijalankan. *
 Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

 Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Situs/aplikasi Traveloka tidak berjalan lambat. *
 Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

 Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Situs/aplikasi Traveloka tidak error atau crash sewaktu - waktu *
 Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

 Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Privacy

Sejauh mana Traveloka aman dan melindungi informasi pelanggan.

Traveloka melindungi informasi tentang aktivitas transaksi pelanggan *
Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Traveloka tidak akan membagikan informasi pribadi pelanggan *
Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Traveloka melindungi informasi transaksi pelanggan (kartu kredit/debit, dan lain sebagainya). *
Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Traveloka melindungi informasi data pembayaran. *
Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Responsiveness

Kemampuan untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan sewaktu timbul masalah.

Traveloka menangani masalah / keluhan transaksi pelanggan dengan sederhana. *
 Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

 Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Traveloka menangani masalah / keluhan transaksi pelanggan dengan segera *
 Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

 Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Traveloka memberitahu pelanggan apa yang harus dilakukan jika transaksi pelanggan mengalami masalah (tidak terproses, dan sebagainya). *
 Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

 Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Traveloka menanggapi masalah / keluhan transaksi pelanggan dalam waktu 24 jam. *
 Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

 Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Compensation

Sejauh mana Traveloka memberi kompensasi kepada pelanggan atas masalah yang terjadi.

Traveloka menawarkan refund / retur / tukar produk jika produk tidak sesuai, ingin ganti produk, dan sebagainya. *

Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

*
Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Traveloka mampu memberikan layanan 100% pengembalian uang bila transaksi gagal. *

Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

*
Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Contact

Ketersediaan customer service melalui telepon atau perwakilan dalam fasilitas pendukung online.

Traveloka memiliki customer service yang tersedia secara online *

Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

*
Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

Traveloka menyediakan kontak (telepon, email, dan lain – lain) untuk mengatasi masalah / keluhan pelanggan. *

Penilaian pengguna mengenai IMPORTANCE (tingkat kepentingan pelayanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Penting Sangat Penting

*
Penilaian pengguna mengenai tingkat PERFORMANCE (kinerja layanan)

1 2 3 4

Sangat Tidak Baik Sangat Baik

C. Data hasil penyebaran kuesioner *Expectation*

N No.	A 1	A 2	A 3	A 4	B 1	B 2	B 3	B 4	B 5	B 6	B 7	B 8	C 1	C 2	C 3	C 4	D 1	D 2	D 3	D 4	E 1	E 2	E 3	E 4	F 1	F 2	G 1	G 2
1	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	2	4	4	4	2	4	3	3	3	4	4	2	3	4	3	4	4
3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
6	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
7	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4
8	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	3	4	4	4
10	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4
11	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4
12	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4
13	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	4	4	4
14	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3
15	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
16	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4
17	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2	3	4	4	3	4
18	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4
19	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4
20	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4
22	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
23	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4
25	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3
26	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3	4	3	4	4	4
27	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3
28	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	3	3	4	3	2	4	4	3	2	4	4	4	2	4	3	3	3	4	4	2	3	4	4	4
30	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
31	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	2	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3
33	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
34	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
35	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
37	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4
38	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4
39	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4
40	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4
41	3	4	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4
42	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4
43	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
44	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
47	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
48	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
49	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4
50	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	2	3	4
51	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	2	4	3	4	4
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4
56	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	1	3	3
57	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
58	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4
59	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
61	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
62	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3
63	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
64	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
66	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
67	3	3	4	3	3	3	2	3	2																			

16	6	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4
16	7	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	4
16	8	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	
16	9	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	
17	0	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	
17	1	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	
17	2	4	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	
17	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	
17	4	4	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	
17	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	
17	6	3	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	
17	7	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	2	3	
17	8	3	4	4	3	3	4	3	2	3	4	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	
17	9	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	
18	0	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	
18	1	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	4	3	4	2	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	
18	2	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	
18	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	
18	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	
18	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	
18	6	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	
18	7	4	4	4	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	1	
18	8	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	
18	9	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	
19	0	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	
19	1	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	
19	2	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	2	3	
19	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	
19	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	
19	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	
19	6	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	
19	7	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	1	4	
19	8	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	
19	9	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	
20	0	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3	
20	1	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	
20	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	
20	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	3	3	4	3	2	4	3	4	
20	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	
20	5	4	3	3	4	4	4	3	4	3	2	2	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	
20	6	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	
20	7	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	
20	8	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	
20	9	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	
21	0	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	
21	1	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
21	2	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	
21	3	4	3	4	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
21	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
21	6	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	
21	7	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	
21	8	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	
21	9	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	2	3	4	3	4	4	4	
22	0	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	
22	1	3	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	
22	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	
22	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
22	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	4	2	3	
22	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
22	6	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
22	7	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	
22	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
22	9	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	
23	0	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	3	
23	1	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
23	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
23	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	4	3	
23	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
23	5	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	
23	6	3	4	4	3	4	4	2	4	4																		

E. Data Kepuasan Pengguna

No	Jenis Kelamin	Usia	Tingkat Kepuasan	Keterangan
1	Laki - laki	21	99.06%	Puas
2	Laki - laki	23	95.74%	Puas
3	Perempuan	21	96.12%	Puas
4	Laki - laki	24	93.64%	Puas
5	Perempuan	22	79.28%	Tidak Puas
6	Perempuan	19	103.03%	Puas
7	Perempuan	21	103.23%	Puas
8	Perempuan	22	92.08%	Puas
9	Perempuan	21	95.19%	Puas
10	Perempuan	21	105.38%	Puas
11	Perempuan	21	89.00%	Tidak Puas
12	Perempuan	20	94.23%	Puas
13	Laki - laki	23	88.66%	Tidak Puas
14	Laki - laki	22	95.79%	Puas
15	Perempuan	21	100.00%	Puas
16	Laki - laki	20	95.96%	Puas
17	Perempuan	21	98.94%	Puas
18	Laki - laki	18	108.79%	Puas
19	Perempuan	21	96.84%	Puas
20	Laki - laki	24	85.15%	Tidak Puas
21	Laki - laki	22	94.12%	Puas
22	Laki - laki	21	96.00%	Puas
23	Laki - laki	21	100.00%	Puas
24	Laki - laki	21	101.04%	Puas
25	Laki - laki	21	92.93%	Puas
26	Perempuan	23	99.03%	Puas
27	Perempuan	22	102.06%	Puas
28	Laki - laki	23	101.10%	Puas
29	Laki - laki	22	92.86%	Puas
30	Laki - laki	22	99.03%	Puas
31	Laki - laki	18	94.44%	Puas
32	Laki - laki	23	93.75%	Puas
33	Perempuan	21	94.12%	Puas
34	Perempuan	21	94.55%	Puas
35	Perempuan	21	81.98%	Tidak Puas
36	Laki - laki	27	95.00%	Puas
37	Laki - laki	25	97.94%	Puas
38	Perempuan	23	93.00%	Puas
39	Perempuan	23	95.10%	Puas
40	Perempuan	21	95.88%	Puas
41	Perempuan	21	94.00%	Puas
42	Perempuan	21	96.94%	Puas
43	Perempuan	19	83.65%	Tidak Puas
44	Perempuan	17	97.65%	Puas
45	Laki - laki	22	87.39%	Tidak Puas
46	Perempuan	22	100.00%	Puas
47	Laki - laki	23	92.16%	Puas
48	Perempuan	22	96.30%	Puas
49	Perempuan	21	95.60%	Puas
50	Perempuan	20	97.83%	Puas
51	Perempuan	20	83.33%	Tidak Puas
52	Perempuan	22	79.63%	Tidak Puas
53	Perempuan	21	78.13%	Tidak Puas
54	Perempuan	21	85.71%	Tidak Puas
55	Perempuan	21	95.83%	Puas
56	Laki - laki	18	94.74%	Puas
57	Perempuan	21	97.92%	Puas
58	Perempuan	21	92.78%	Puas
59	Laki - laki	22	75.93%	Tidak Puas
60	Perempuan	22	98.10%	Puas
61	Laki - laki	29	79.81%	Tidak Puas
62	Laki - laki	25	83.17%	Tidak Puas
63	Laki - laki	22	102.00%	Puas
64	Laki - laki	23	84.11%	Tidak Puas
65	Perempuan	22	101.19%	Puas
66	Perempuan	20	92.38%	Puas
67	Laki - laki	24	93.62%	Puas
68	Perempuan	21	97.14%	Puas
69	Laki - laki	21	98.10%	Puas
70	Laki - laki	25	96.04%	Puas

71	Perempuan	23	95.24%	Puas
72	Laki - laki	19	90.38%	Puas
73	Perempuan	20	95.56%	Puas
74	Laki - laki	20	90.91%	Puas
75	Perempuan	22	87.50%	Tidak Puas
76	Laki - laki	25	91.84%	Puas
77	Perempuan	23	86.79%	Tidak Puas
78	Laki - laki	27	83.49%	Tidak Puas
79	Laki - laki	20	86.92%	Tidak Puas
80	Perempuan	19	97.98%	Puas
81	Perempuan	27	76.36%	Tidak Puas
82	Laki - laki	29	86.14%	Tidak Puas
83	Perempuan	26	100.00%	Puas
84	Perempuan	20	100.00%	Puas
85	Perempuan	27	90.32%	Puas
86	Perempuan	21	105.00%	Puas
87	Perempuan	19	100.00%	Puas
88	Laki - laki	25	90.32%	Puas
89	Perempuan	21	87.50%	Tidak Puas
90	Perempuan	23	77.57%	Tidak Puas
91	Perempuan	27	63.51%	Tidak Puas
92	Laki - laki	21	98.92%	Puas
93	Laki - laki	26	82.35%	Tidak Puas
94	Perempuan	17	96.91%	Puas
95	Laki - laki	26	97.70%	Puas
96	Perempuan	22	95.35%	Puas
97	Laki - laki	20	58.62%	Tidak Puas
98	Perempuan	22	76.36%	Tidak Puas
99	Laki - laki	20	97.22%	Puas
100	Perempuan	28	87.64%	Tidak Puas
101	Perempuan	27	96.12%	Puas
102	Perempuan	25	92.86%	Puas
103	Laki - laki	22	89.69%	Tidak Puas
104	Perempuan	23	100.00%	Puas
105	Perempuan	18	100.00%	Puas
106	Laki - laki	22	96.77%	Puas
107	Perempuan	19	105.43%	Puas
108	Perempuan	21	100.00%	Puas
109	Perempuan	19	86.14%	Tidak Puas
110	Perempuan	22	90.91%	Puas
111	Perempuan	26	88.78%	Tidak Puas
112	Perempuan	22	97.30%	Puas
113	Laki - laki	26	101.08%	Puas
114	Perempuan	22	95.00%	Puas
115	Perempuan	19	101.02%	Puas
116	Laki - laki	34	103.13%	Puas
117	Laki - laki	24	104.21%	Puas
118	Perempuan	28	98.94%	Puas
119	Perempuan	20	92.38%	Puas
120	Perempuan	21	98.15%	Puas
121	Perempuan	19	92.86%	Puas
122	Perempuan	28	100.00%	Puas
123	Laki - laki	32	100.00%	Puas
124	Perempuan	22	86.79%	Tidak Puas
125	Perempuan	19	105.21%	Puas
126	Perempuan	21	98.97%	Puas
127	Perempuan	20	90.29%	Puas
128	Perempuan	22	101.02%	Puas
129	Perempuan	23	105.38%	Puas
130	Perempuan	21	100.00%	Puas
131	Perempuan	22	94.39%	Puas
132	Laki - laki	21	83.51%	Tidak Puas
133	Perempuan	20	98.92%	Puas
134	Laki - laki	40	97.85%	Puas
135	Perempuan	23	100.00%	Puas
136	Laki - laki	37	103.23%	Puas
137	Perempuan	22	108.60%	Puas
138	Perempuan	17	96.88%	Puas
139	Perempuan	18	90.82%	Puas
140	Laki - laki	18	102.04%	Puas
141	Laki - laki	19	92.08%	Puas
142	Perempuan	26	106.00%	Puas

143	Perempuan	24	110.87%	Puas
144	Perempuan	20	93.07%	Puas
145	Laki - laki	21	95.05%	Puas
146	Perempuan	22	104.04%	Puas
147	Perempuan	25	97.94%	Puas
148	Perempuan	26	91.00%	Puas
149	Perempuan	21	99.02%	Puas
150	Laki - laki	22	103.03%	Puas
151	Perempuan	20	95.83%	Puas
152	Perempuan	24	102.06%	Puas
153	Perempuan	22	104.04%	Puas
154	Laki - laki	23	94.85%	Puas
155	Laki - laki	20	96.08%	Puas
156	Laki - laki	26	96.94%	Puas
157	Perempuan	23	89.42%	Tidak Puas
158	Perempuan	20	96.94%	Puas
159	Perempuan	17	106.25%	Puas
160	Perempuan	23	98.02%	Puas
161	Perempuan	22	97.98%	Puas
162	Perempuan	23	92.71%	Puas
163	Perempuan	26	89.11%	Tidak Puas
164	Perempuan	19	91.18%	Puas
165	Laki - laki	23	93.81%	Puas
166	Perempuan	22	91.75%	Puas
167	Laki - laki	20	104.04%	Puas
168	Perempuan	23	91.75%	Puas
169	Perempuan	23	90.20%	Puas
170	Perempuan	22	99.02%	Puas
171	Laki - laki	25	96.91%	Puas
172	Perempuan	22	98.94%	Puas
173	Perempuan	23	95.10%	Puas
174	Laki - laki	20	93.88%	Puas
175	Perempuan	21	92.16%	Puas
176	Perempuan	27	98.98%	Puas
177	Laki - laki	22	95.83%	Puas
178	Laki - laki	27	96.84%	Puas
179	Laki - laki	22	104.21%	Puas
180	Perempuan	22	84.76%	Tidak Puas
181	Laki - laki	32	97.96%	Puas
182	Perempuan	19	95.96%	Puas
183	Perempuan	26	98.98%	Puas
184	Perempuan	19	97.00%	Puas
185	Perempuan	18	93.07%	Puas
186	Laki - laki	23	95.05%	Puas
187	Perempuan	31	97.94%	Puas
188	Perempuan	24	96.94%	Puas
189	Perempuan	19	97.12%	Puas
190	Perempuan	18	91.26%	Puas
191	Perempuan	23	93.94%	Puas
192	Perempuan	26	101.05%	Puas
193	Perempuan	21	96.81%	Puas
194	Perempuan	20	95.88%	Puas
195	Perempuan	16	102.11%	Puas
196	Perempuan	33	100.00%	Puas
197	Perempuan	22	100.00%	Puas
198	Perempuan	26	96.94%	Puas
199	Perempuan	22	93.88%	Puas
200	Perempuan	15	95.74%	Puas
201	Perempuan	21	89.22%	Tidak Puas
202	Perempuan	16	93.94%	Puas
203	Perempuan	23	102.08%	Puas
204	Laki - laki	23	96.94%	Puas
205	Perempuan	35	95.83%	Puas
206	Laki - laki	24	82.86%	Tidak Puas
207	Perempuan	23	96.94%	Puas
208	Laki - laki	26	100.00%	Puas
209	Perempuan	21	95.96%	Puas
210	Perempuan	22	91.18%	Puas
211	Perempuan	18	81.48%	Tidak Puas
212	Perempuan	22	97.94%	Puas
213	Perempuan	39	93.20%	Puas
214	Perempuan	24	98.21%	Puas
215	Laki - laki	22	88.29%	Tidak Puas
216	Perempuan	20	90.10%	Puas
217	Perempuan	26	103.09%	Puas

218	Laki - laki	27	99.00%	Puas
219	Perempuan	21	90.20%	Puas
220	Perempuan	22	96.91%	Puas
221	Laki - laki	40	100.99%	Puas
222	Laki - laki	22	104.00%	Puas
223	Laki - laki	25	85.58%	Tidak Puas
224	Perempuan	21	112.79%	Puas
225	Perempuan	23	94.64%	Puas
226	Perempuan	22	107.06%	Puas
227	Laki - laki	20	93.27%	Puas
228	Laki - laki	26	88.99%	Tidak Puas
229	Perempuan	22	95.65%	Puas
230	Perempuan	21	103.19%	Puas
231	Laki - laki	20	87.96%	Tidak Puas
232	Perempuan	24	83.33%	Tidak Puas
233	Laki - laki	26	95.88%	Puas
234	Perempuan	23	76.58%	Tidak Puas
235	Laki - laki	20	90.32%	Puas
236	Laki - laki	24	91.00%	Puas
237	Laki - laki	26	86.60%	Tidak Puas
238	Perempuan	22	98.98%	Puas
239	Laki - laki	20	97.14%	Puas
240	Laki - laki	26	83.50%	Tidak Puas
241	Perempuan	28	90.82%	Puas
242	Laki - laki	24	97.85%	Puas
243	Perempuan	26	96.81%	Puas
244	Perempuan	23	93.81%	Puas
245	Laki - laki	26	97.89%	Puas
246	Perempuan	24	88.78%	Tidak Puas
247	Perempuan	20	85.86%	Tidak Puas
248	Perempuan	30	92.93%	Puas
249	Laki - laki	22	84.85%	Tidak Puas
250	Perempuan	23	98.94%	Puas
251	Laki - laki	31	87.38%	Tidak Puas
252	Perempuan	25	92.86%	Puas
253	Perempuan	29	101.05%	Puas
254	Laki - laki	22	96.88%	Puas
255	Laki - laki	22	97.89%	Puas
256	Perempuan	17	85.71%	Tidak Puas
257	Perempuan	23	98.96%	Puas
258	Perempuan	23	98.92%	Puas
259	Laki - laki	27	93.07%	Puas
260	Perempuan	20	91.18%	Puas
261	Perempuan	21	80.56%	Tidak Puas
262	Perempuan	28	100.00%	Puas
263	Perempuan	21	90.48%	Puas
264	Laki - laki	20	78.57%	Tidak Puas
265	Perempuan	27	76.79%	Tidak Puas
266	Perempuan	26	93.88%	Puas
267	Laki - laki	23	97.94%	Puas
268	Perempuan	20	95.00%	Puas
269	Perempuan	24	89.22%	Tidak Puas
270	Perempuan	27	101.04%	Puas
271	Laki - laki	25	98.99%	Puas
272	Perempuan	20	97.96%	Puas
273	Perempuan	26	101.02%	Puas
274	Laki - laki	27	90.20%	Puas
275	Perempuan	21	89.00%	Tidak Puas
276	Perempuan	28	113.83%	Puas
277	Perempuan	23	89.22%	Tidak Puas
278	Perempuan	23	98.02%	Puas
279	Laki - laki	23	111.00%	Puas
280	Perempuan	17	93.88%	Puas
281	Perempuan	23	98.99%	Puas
282	Perempuan	22	92.66%	Puas
283	Perempuan	23	101.05%	Puas
284	Perempuan	26	88.39%	Tidak Puas
285	Perempuan	20	108.60%	Puas
286	Perempuan	24	101.04%	Puas
287	Perempuan	22	93.20%	Puas
288	Perempuan	21	79.28%	Tidak Puas
289	Perempuan	21	75.68%	Tidak Puas
290	Laki - laki	22	100.00%	Puas
291	Perempuan	24	87.63%	Tidak Puas
292	Laki - laki	27	103.00%	Puas

293	Perempuan	23	102.91%	Puas
294	Perempuan	21	93.75%	Puas
295	Perempuan	23	96.00%	Puas
296	Laki - laki	22	83.18%	Tidak Puas
297	Perempuan	22	92.55%	Puas
298	Laki - laki	21	71.84%	Tidak Puas
299	Laki - laki	23	84.82%	Tidak Puas
300	Perempuan	21	81.25%	Tidak Puas
301	Laki - laki	24	98.02%	Puas
302	Perempuan	22	98.94%	Puas
303	Perempuan	19	90.10%	Puas
304	Perempuan	21	87.50%	Tidak Puas
305	Perempuan	22	108.51%	Puas
306	Perempuan	21	84.00%	Tidak Puas
307	Perempuan	21	87.88%	Tidak Puas
308	Perempuan	21	100.99%	Puas
309	Perempuan	20	113.25%	Puas
310	Perempuan	23	75.89%	Tidak Puas
311	Laki - laki	22	112.94%	Puas
312	Perempuan	20	83.65%	Tidak Puas
313	Laki - laki	20	97.25%	Puas
314	Perempuan	21	117.24%	Puas
315	Laki - laki	18	106.59%	Puas
316	Perempuan	21	77.57%	Tidak Puas
317	Laki - laki	24	89.81%	Tidak Puas
318	Perempuan	28	87.37%	Tidak Puas
319	Laki - laki	21	92.73%	Puas
320	Perempuan	20	108.60%	Puas
321	Perempuan	19	94.79%	Puas
322	Laki - laki	20	97.87%	Puas
323	Perempuan	23	94.90%	Puas
324	Perempuan	22	86.11%	Tidak Puas
325	Laki - laki	23	89.62%	Tidak Puas
326	Laki - laki	22	80.19%	Tidak Puas
327	Laki - laki	22	89.00%	Tidak Puas
328	Perempuan	18	88.00%	Tidak Puas
329	Perempuan	23	90.74%	Puas
330	Perempuan	22	97.65%	Puas
331	Perempuan	21	80.77%	Tidak Puas
332	Perempuan	20	102.22%	Puas
333	Laki - laki	27	79.81%	Tidak Puas
334	Laki - laki	24	95.24%	Puas
335	Perempuan	16	83.00%	Tidak Puas
336	Perempuan	23	59.52%	Tidak Puas
337	Perempuan	17	92.08%	Puas
338	Perempuan	21	88.10%	Tidak Puas
339	Perempuan	21	90.38%	Puas
340	Perempuan	19	79.46%	Tidak Puas
341	Perempuan	17	87.63%	Tidak Puas
342	Laki - laki	22	35.58%	Tidak Puas
343	Perempuan	22	72.73%	Tidak Puas
344	Laki - laki	23	98.15%	Puas
345	Perempuan	22	83.51%	Tidak Puas
346	Perempuan	18	99.10%	Puas
347	Perempuan	20	89.22%	Tidak Puas
348	Perempuan	20	128.24%	Puas
349	Perempuan	22	94.74%	Puas
350	Perempuan	28	109.89%	Puas
351	Perempuan	19	137.97%	Puas
352	Perempuan	26	98.90%	Puas
353	Perempuan	18	109.78%	Puas
354	Perempuan	21	88.29%	Tidak Puas
355	Perempuan	20	86.92%	Tidak Puas
356	Laki - laki	21	142.86%	Puas
357	Perempuan	22	112.36%	Puas
358	Perempuan	19	110.59%	Puas
359	Laki - laki	20	98.96%	Puas
360	Perempuan	19	97.70%	Puas
361	Perempuan	30	105.81%	Puas
362	Perempuan	31	252.78%	Puas
363	Perempuan	21	87.96%	Tidak Puas
364	Perempuan	27	85.98%	Tidak Puas
365	Perempuan	21	113.79%	Puas
366	Perempuan	20	89.32%	Tidak Puas
367	Laki - laki	23	94.62%	Puas
368	Perempuan	22	89.81%	Tidak Puas
369	Perempuan	21	89.62%	Tidak Puas
370	Laki - laki	20	102.83%	Puas
371	Perempuan	23	97.00%	Puas
372	Laki - laki	19	91.00%	Puas
373	Perempuan	25	92.59%	Puas
374	Perempuan	22	115.29%	Puas
375	Perempuan	22	89.42%	Tidak Puas
376	Laki - laki	26	94.85%	Puas
377	Perempuan	23	98.08%	Puas
378	Laki - laki	23	85.45%	Tidak Puas
379	Perempuan	21	83.33%	Tidak Puas
380	Perempuan	22	88.66%	Tidak Puas
381	Perempuan	28	76.58%	Tidak Puas
382	Perempuan	21	90.20%	Puas
383	Perempuan	21	98.82%	Puas
384	Perempuan	20	103.16%	Puas
385	Perempuan	23	90.63%	Puas