



**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN PADA PT. BERSAUDARA GARUDA NUSANTARA
(cargo)**

Skripsi

Dibuat Oleh :

Sunarti Sri Syahyani Saputri
021114126

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

2018

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
PADA PT. BERSAUDARA GARUDA NUSANTARA (cargo)**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., C.A)

Ketua Program Studi

(Tutus Rully, S.E.,M.M)

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
PADA PT. BERSAUDARA GARUDA NUSANTARA (cargo)**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

Pada hari : Selasa, Tanggal : 24 / Juli / 2018

Sunarti Sri Syahyani Saputri

021114126

Menyetujui,

Dosen Penilai,



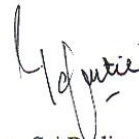
(Hj. Dra. Sri Hartini, M.M)

Ketua Komisi Pembimbing



(Oktori Kiswati Zaini, S.E., M.M)

Anggota Komisi Pembimbing



(Dra. Sri Pudjawati, M.M)

ABSTRAK

SUNARTY SRI SYHAYANI SAPUTRI, 021114126. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara (cargo). Dibawah bimbingan, OKTORI KISWATI ZAINI Dan SRI PUDJAWATI. 2018.

PT . Bersaudara Garuda Nusantara adalah salah satu yang bergerak dibidang jasa ekspedisi atau kargo domestic yang melayani pengiriman melalui darat (*trucking*), laut dan udara dengan beberapa jenis layanan yaitu *door to door service*, *door to port service* dan *port to port service* (antara pelabuhan). Dalam penelitian ini, konsumen PT.Bersaudara Garuda Nusantara banyak melakukan komplain diakibatkan ketidakpuasan dalam menerima pelayanan yang diberikan oleh PT.Bersaudara Garuda Nusantara. Harapan konsumen akan pelayanan tidak sejalan dengan kinerja kualitas pelayanan yang diberikan sehingga timbul ketidakpuasan konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan PT.Bersaudara Garuda Nusantara, mengetahui tingkat kualitas pelayanan, tingkat kepuasan konsumen, dan mengetahui ada tidaknya hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif mengenai hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara. Pengumpulan sampel dilakukan dengan kuesioner, wawancara dan observasi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis koefisien korelasi.

Dari hasil koefisien korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen 0,385 artinya mempunyai hubungan sedang. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh R square yaitu sebesar 14,82%, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat memepengaruhi turun naiknya kepuasan konsumen sebesar 14,82% dan sisanya sebesar 85,18% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hasil uji hipotesis koefisien korelasi menunjukkan bahwa t hitung (4,9005) > t tabel (1,9771) maka tolak H_0 dan terima H_a . Artinya ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Segala puji bagi ALLAH SWT, Sang Maha Pencipta dan Pengatur Alam Semesta, berkat Ridho Nya, penulis akhirnya mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. BERSAUDARA GARUDA NUSANTARA (CARGO)”

Dalam menyusun Skripsi, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami, namun berkat dukungan, dan Do’a dari orang terdekat, dan dari berbagai pihak sehingga penulis mampu menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis pada kesempatan ini dengan segenap kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang tiada terhingga kepada :

1. Kepada kedua Orang Tua tercinta Mamah, dan Bapak (almahrum) serta Abang tercinta Zainal Abidin Suksin, Suaib Suksin, Muhammad Abidin Suksin, serta keluarga besar penulis yang dengan setia memberikan dukungan dalam bentuk Do’a, moril dan materil.
2. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan yang selalu melakukan inovasi terbaik untuk kemajuan Fakultas Ekonomi serta memberikan motivasi bagi penulis.
3. Ibu Tutus Rully, SE., MM., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
4. Ibu Yudhia Mulya, SE., MM., selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
5. Ibu oktori Kiswati Zaini, SE., MM., selaku Ketua Komisi Pembimbing yang sudah meluangkan waktunya untuk memberikan masukan mengenai penyusunan skripsi.
6. Ibu Dra. Sri Pudjawati., MM., selaku Anggota Komisi Pembimbing yang sudah meluangkan waktunya untuk memberikan masukan mengenai penyusunan skripsi.
7. Seluruh dosen dan pengajar program studi manajemen yang telah memeberikan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
8. Bapak Fery selaku pimpinan PT. Bersaudara Garuda Nusantara dan ibu Yessi selaku bagian administrasi yang telah memeberikan kesempatan dan kepercayaan untuk melakukan penelitian di PT.Bersaudara Garuda Nusantara.
9. Teruntuk keluarga yang selalu mensuport dan mendukung penulis, icci Nurani Wahar, kakak Waty Ridwan beserta suaminya abang Jefry Ali Tarung, kakak Maryana, yang sudah memeberikan dukungan dengan baik secara moril maupun materil.
10. Paman Akrim Wahar, Abang Fatahudin Sulaiman, Hidayat, kakak Ria Permita, Kakak sity suksin, kakak Hatija Ibrahim, adik Nona Suryani Wahar dan keluarga besar lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu trimakasih sudah memberikan motivasi dan doanya.

11. Teruntuk Kekasih tercinta Muhammad Farzal Roy RL yang selalu ada disaat susah maupun senang, mengerti dalam kondisi apapun dan selalu memberikan dukungan dengan baik secara moril maupun materil.
12. Teman dan para sahabat: Rima Surya candar Putri Utami, Fina Yuliana, Kiki Eka Setyawati, Elsa Yonita, Nurfitriani, Putri Aulia Adi Lestari, Herlina Setiorini, Citra Dea Hartika, Meylinda Kartina Putri, Wilda Oktaviani yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi.
13. Sahabat-sahabat yang selalu mensupport Irma Wandra, Muhammad Sanjani, Ida Belualolong, Zunaidin Nassarudin, Zainul Arifin, Alimudin Embu tara.
14. Serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi.

Semoga Allah SWT memebalas amal baik kepada seluruh pihak yang memberikan bantuan dalam penulisan skrpsi ini. dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa secara keseluruhan masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun yang akan lebih menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata, penulis senantiasa berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi semua pembaca pada umumnya.

Bogor, Agustus 2018

Sunarti Sri Syahyani Saputri

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| LEMBARAN PENGESAHAN | ii |
| ABSTRAK | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| 1.2. Identifikasi dan perumusan Masalah | 4 |
| 1.2.1. Identifikasi Masalah | 4 |
| 1.2.2. Perumusan Masalah..... | 5 |
| 1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.3.1. Maksud Penelitian | 5 |
| 1.3.2. Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4. Kegunaan Penelitian..... | 5 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1. Pengertian Pemasaran dan konsep pemasaran | 7 |
| 2.1.1 Pengertian | 7 |
| 2.1.2 Konsep pemasaran | 8 |
| 2.2. Jasa..... | 9 |
| 2.2.1. Pengertian Jasa..... | 10 |
| 2.2.2. Karakteristik Jasa | 11 |
| 2.2.3. Pemasaran Jasa..... | 12 |
| 2.3. Kualitas Pelayanan | 13 |
| 2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan dan kualitas jasa | 13 |
| 2.3.2. Kualitas Jasa..... | 14 |
| 2.3.3. Dimensi Kualitas Pelayanan | 14 |
| 2.4. Kepuasan konsumen..... | 16 |
| 2.4.1. Pengertian Kepuasan Konsumen | 16 |
| 2.4.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen | 18 |
| 2.4.3. Pengukuran kepuasa..... | 19 |

| | |
|---|----|
| 2.4.4. Pengertian Kinerja..... | 20 |
| 2.4.5. Pengertian Harapan Konsumen..... | 20 |
| 2.5. Penelitian Sebelumnya Dan Kerangka Pemikiran | 21 |
| 2.5.1. Penelitian sebelumnya | 21 |
| 2.5.2. Kerangka Pemikiran..... | 22 |
| 2.6. Hipotesis Penelitian..... | 24 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| 3.1. Jenis Penelitian..... | 25 |
| 3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian | 25 |
| 3.2.1. Unit Analisis..... | 25 |
| 3.2.2. Lokasi Penelitian..... | 25 |
| 3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian..... | 25 |
| 3.4. Operasionalisasi Variabel..... | 26 |
| 3.5. Metode Penarikan Sampel | 27 |
| 3.6. Metode Pengumpulan Data..... | 28 |
| 3.6.1. Uji Validitas | 29 |
| 3.6.2. Uji Reliabilitas | 29 |
| 3.7. Metode analisis data..... | 31 |
| 3.7.1. Analisis Deskriptif | 31 |
| 3.7.2. Analisis Koefisien Korelasi..... | 32 |
| 3.7.3. Analisis Koefisien Determinasi | 33 |
| 3.7.4. Uji Hipotesis..... | 33 |
| | |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1 Gambaran umum perusahaan | |
| 35 | |
| 4.1.1 Sejarah PT.Bersaudara Garuda Nusantara | |
| 35 | |
| 4.1.2 Visi, Misi dan Motto Perusahaan | 36 |
| 4.1.3 Kegiatan Usaha Perusahaan | 36 |
| 4.1.4 Struktur Organisasi, Tugas Dan Wewenang | 36 |
| 4.2 Profil Responden | 38 |
| 4.3 Pembahasan | 41 |
| 4.3.1 Penerapan Kualitas pelayanan pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara..... | 41 |

| | |
|---|----|
| 4.3.2 Penerapan Kepuasan Konsumen pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara..... | 54 |
| 4.3.3 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasa Konsumen. | 70 |
| 4.3.4 Uji Koefisien determinasi..... | 71 |
| 4.3.5 Uji hipotesis Koefisien korelasi..... | 71 |
| 4.4 Interpretasi Penelitian | 73 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Kesimpulan | 74 |
| 5.2 Saran | 74 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|--|----|
| Tabel 1. | Data Pengiriman PT.Bersaudara Garuda Nusantara | 3 |
| Tabel 2. | Data Keluhan PT.Bersaudara Garuda Nusantara..... | 4 |
| Tabel 3. | Penyajian Rangkuman Penelitian Sebelumnya | 21 |
| Tabel 4. | Operasional Variabel | 26 |
| Tabel 5. | Kriteria Penilaian Jawaban Responden..... | 28 |
| Tabel 6. | Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha | 30 |
| Tabel 7. | Hasil Uji Reliabilitas Cronboach's Kualitas Pelayanan..... | 30 |
| Tabel 8. | Hasil Uji Reliabilitas Cronboach's Kepuasan Konsumen | 31 |
| Tabel 9. | Tanggapan Responden Dibandingkan Rentang Interval | 31 |
| Tabel 10. | Tingkat Korelasi Dan Kekuatan Hubungn..... | 32 |
| Tabel 11. | Jenis Kelamin Responden | 38 |
| Tabel 12. | Umur Responden | 39 |
| Tabel 13. | Pekerjaan Responden | 40 |
| Tabel 14. | Penilaian Responden Terhadap Penampilan Karyawan (Kualitas Pelayanan) | 41 |
| Tabel 15. | Penilaian Responden Terhadap Fasilitas Dan Sarana (Kualitas Pelayanan) | 42 |
| Tabel 16. | Penilaian Responden Terhadap Perlengkapan Dan Peralatan (Kualitas Pelayanan) | 43 |
| Tabel 17. | Penilain Responden Terhadap Kecepatan Dalam Pelayanan (Kualitas Pelayanan) | 44 |
| Tabel 18. | Penilaian Responden Terhadap Ketetapan Waktu Sampainya Barang (Kualitas Pelayanan)..... | 45 |
| Tabel 19. | Penilaian Responden Terhadap Barang Yang Diterima Dalam Keadaan Utuh (Kualitas Pelayanan)..... | 45 |
| Tabel 20. | Penilaian Responden Terhadap Kesigapan Dalam Membantu Pengemasan Barang (Kualitas Pelayanan) | 46 |
| Tabel 21. | Penilaian Responden Terhadap Tersedianya Layanan Penjemputan Kiriman Didaerah Tertentu (Kualitas Pelayanan)..... | 47 |
| Tabel 22. | Penilaian Responden Terhadap Menangani Dengan Cepat Terhadap Keluhan Yang Disampaikan Konsumen (Kualitas Pelayanan)..... | 48 |
| Tabel 23. | Penilaian Responden Terhadap Kemampuan Memberikan Pelayanan (Kualitas Pelayanan)..... | 49 |
| Tabel 24. | Penilaian Responden Terhadap Keamana Barang Yang Akan Dikirim (Kualitas Pelayanan)..... | 50 |
| Tabel 25. | Penilaian Responden Terhadap Etika Dan Sopan Santun Dalam Melayani Konsumen (Kualitas Pelayanan) | 50 |
| Tabel 26. | Penilaian Responden Terhadap Karyawan Memberikan Perhatian Dan Kepedulian Yang Baik Kepada Konsumen (Kualitas Pelayanan) | 51 |
| Tabel 27. | Penilaian Responden Terhadap Hubungan Yang Baik Dengan Konsumen (Kualitas Pelayanan) | 52 |
| Tabel 28. | Penilaian Responden Terhadap Memahami Kebutuhan Konsumen (Kualitas Pelayanan) | 53 |

| | | |
|-----------|--|----|
| Tabel 29. | Hasil rata-rata kualitas pelayanan pada PT.Besaudara garuda nusantara | 55 |
| Tabel 30. | Penilaian Responden Terhadap Penampilan Karyawan Dalam Bekerja (Kepuasan Konsumen) | 56 |
| Tabel 31. | Penilaian Responden Terhadap Fasilitas Dan Sarana (Kepuasan Konsumen) | 56 |
| Tabel 32. | Penilaian Responden Terhadap Perlengkapan Dan Peralatan (Kepuasan Konsumen) | 57 |
| Tabel 33. | Penilaian Responden Terhadap Kecepatan Karyawan Dalam Pelayanan (Kepuasan Konsumen) | 58 |
| Tabel 34. | Penilaian Responden Terhadap Ketetapan Waktu Sampainya Barang (Kepuasan Konsumen) | 59 |
| Tabel 35. | Penilaian Responden Terhadap Barang Diterima Dalam Keadaan Utuh (Kepuasan Konsumen) | 60 |
| Tabel 36. | Penilaian Responden Terhadap Kesigapan Dalam Membantu Pengemasan Barang (Kepuasan Konsumen) | 61 |
| Tabel 37. | Penilaian Responden Terhadap Tersedianya Layanan Penjemputan Kiriman Didaerah Tertentu (Kepuasan Konsumen)..... | 62 |
| Tabel 38. | Penilaian Responden Terhadap Menangani Dengan Cepat Terhadap Keluhan Yang Disampaikan Konsumen (Kepuasan Konsumen)..... | 63 |
| Tabel 39. | Penilaian Responden Terhadap Kemampuan Memberikan Pelayanan (Kepuasan Konsumen) | 64 |
| Tabel 40. | Penilaian Responden Terhadap Keamanan Barang Yang Akan Dikirim (Kepuasan Konsumen) | 65 |
| Tabel 41. | Penilaian Responden Terhadap Etika Dan Sopan Santun Dalam Melayani Konsumen (Kepuasan Konsumen) | 66 |
| Tabel 42. | Penilaian Responden Terhadap Karyawan Memberikan Perhatian Dan Kepeulian Yang Baik Kepada Konsumen (Kepuasan Konsumen).... | 67 |
| Tabel 43. | Penilaian Responden Terhadap Hubungan Yang Baik Dengan Konsumen (Kepuasan Konsumen) | 68 |
| Tabel 44. | Hasil rata-rata kepuasan konsumen pada PT. Besaudara Garuda Nusantara..... | 69 |
| Tabel 45. | Hasil Uji Analisis Korelasi Rank Spearman | 71 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-----------|--|----|
| Gambar 1. | Grafik pengiriman PT.Bersaudara Garuda Nusantara | 3 |
| Gambar 2. | Konsep kepuasan konsumen | 17 |
| Gambar 3. | Konstelasi Penelitian | 23 |
| Gambar 4 | kurva uji hipotesis | 34 |
| Gambar 5 | Struktur Organisasi | 37 |
| Gambar 6. | Jenis kelamin responden..... | 39 |
| Gambar 7. | Usia Responden | 40 |
| Gambar 8. | Pekerjaan Responden | 41 |
| Gambar 9. | Kurva pengujian hipotesis | 72 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Hasil pengujian validatas kualitas pelayanan
- Lampiran 2: Kuisisioner
- Lampiran 3 : Koding Kuisisioner
- Lampiran 4 : Surat Praktik Riset/Observasi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dalam dunia usaha, persaingan bisnis sudah sangat umum terjadi, sehingga menuntut setiap perusahaan untuk saling berkompetensi, dan setiap perusahaan perlu memperhatikan efektifitas dan efisiensi dalam pendayagunaan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan.

Penyedia pelayanan jasa kargo adalah salah satu prasarana modern dimana dapat memudahkan masyarakat agar tidak lagi repot untuk membawa barangnya naik langsung ke pesawat, tetapi memasukkannya dalam pelayanan kargo agar konsumen dapat menikmati fasilitas selama menjalani penerbangan. Demikian pula bagi konsumen yang selalu melakukan pengiriman barang, yang dulunya mengirim ke kantor pos, dengan gaya hidup yang semakin berkembang cenderung menggunakan jasa penerbangan agar lebih aman dan cepat sampai.

Perusahaan jasa saat ini semakin berkembang dan prospeknya semakin baik untuk masa yang akan datang, dalam perusahaan jasa, berkembangnya perusahaan sangat bergantung pada laba yang diperoleh dari hasil operasionalnya yaitu jasa pengiriman dan pendistribusian barang. Sektor jasa telah mengalami peningkatan yang dramatis dibandingkan perekonomian sebelumnya, sehingga sektor ini dapat memberikan kontribusi terhadap perekonomian dunia, setidaknya ada beberapa alasan yang dapat menjelaskan fenomena ini, yaitu dipicu oleh beberapa perubahan, diantaranya: perubahan demografis, perubahan sosial, perubahan ekonomi, dan perubahan politik dan hukum (Lupioadi,2001: 4). Salah satu contoh perusahaan ekspedisi atau cargo adalah PT . Bersaudara Garuda Nusantara.

PT . Bersaudara Garuda Nusantara salah satu yang bergerak dibidang jasa ekspedisi atau kargo domestic yang melayani pengiriman melalui darat (*trucking*), laut dan udara dengan beberapa jenis layanan yaitu *door to door service*, *door to port service* dan *port to port service* (antara pelabuhan). Kontribusi ini dapat dilihat dari segi laba maupun kemampuan dalam menyerap tenaga kerja, perusahaan yang mencari keuntungan harus dapat memperkirakan segala biaya dalam memproduksi jasa tersebut dan pemasaran jasa tersebut serta menambahkan margin agar mendapatkan keuntungan yang memuaskan.

Kualitas layanan menjadi satu hal yang penting dalam memuaskan konsumen. Perusahaan harus memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dari kualitas layanan yang diberikan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan harus memberikan nilai yang diharapkan oleh konsumen, sehingga konsumen merasa puas dan mau menggunakan jasa yang ditawarkan lagi.

Konsumen modern saat ini sangat selektif dan cerdas dalam memilih jasa pengiriman barang, karena ingin mendapatkan layanan yang baik dan ketetapan waktu dari jasa yang dibeli. Banyak faktor yang mempengaruhi hal itu, baik dari faktor internal konsumen maupun faktor eksternal. Salah satu faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan membeli adalah kualitas layanan.

Kini semakin disadari bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan meningkatkan persaingan. Survive tidaknya satu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu sendiri dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para konsumennya. Kepuasan konsumen bisa menjadi sejuta andalan untuk tampil sebagai pemenang dalam persaingan tetapi bosan juga sebaliknya, dimana hal itu juga bisa menjadi bumerang yang dapat menghancurkan posisi perusahaan dalam dunia bisnis yang semakin kompleks.

Pihak manajemen perusahaan dituntut untuk selalu memperbaiki kualitas pelayanannya dengan selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan bagi konsumennya. Bagaimana mereka merancang pelayanan mereka terhadap konsumen sehingga para konsumen merasa selalu terpuaskan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut. Semuanya itu perlu ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai profitabilitas perusahaan yang tinggi sehingga perusahaan dapat terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntutan persaingan dan bisa jadi pemimpin pasar yang tangguh.

Untuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Dalam persaingannya dengan perusahaan jasa pengiriman lainnya, PT bersaudara garuda nusantara telah memberikan pelayanan secara maksimal kepada para konsumennya. Walaupun perusahaan mempunyai keunggulan tersendiri dalam era persaingan, tetapi perlu disadari pula bahwa perusahaan-perusahaan jasa pengiriman lainnya juga memiliki keunggulan-keunggulan yang perlu diperhitungkan, secara umum dapat dikatakan bahwa pada dasarnya keinginan para konsumen yang berhubungan dengan jasa pengiriman adalah mengharapkan sesuatu yang lebih baik dan bermanfaat yaitu cepatnya kedatangan barang yang dikirim dan amannya pengiriman barang. Sebagai gambaran dapat dikemukakan pertimbangan-pertimbangan konsumen yang berhubungan dengan perusahaan pengiriman antara lain : Cepatnya pengiriman barang, Lokasi menyangkut kemudahan jangkauan, Pelayanan menyangkut perlakuan yang diterima, dan Keselamatan atau keamanan akan barang.

Untuk mengetahui sejauh mana kemampuan perusahaan memberikan kepuasan melalui pelayanannya, diperlukan riset pemasaran. Informasi dari hasil riset pemasaran tersebut bertujuan mengetahui sikap dan perilaku para konsumen terhadap apa yang paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan menjadi Konsumen PT bersaudara garuda nusantara .

Untuk melakukan pengukuran kualitas pelayanan, menurut parasuraman (dikutip dalam buku Tjiptono, 2004:26) dapat digunakan dimensi-dimensi kualitas pelayanan, yaitu: bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*). Pengukuran ini dikenal sebagai service

quality model. Pelayanan menekankan pada aspek kepuasan konsumen sehingga dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas kepada perusahaan yang telah memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan.

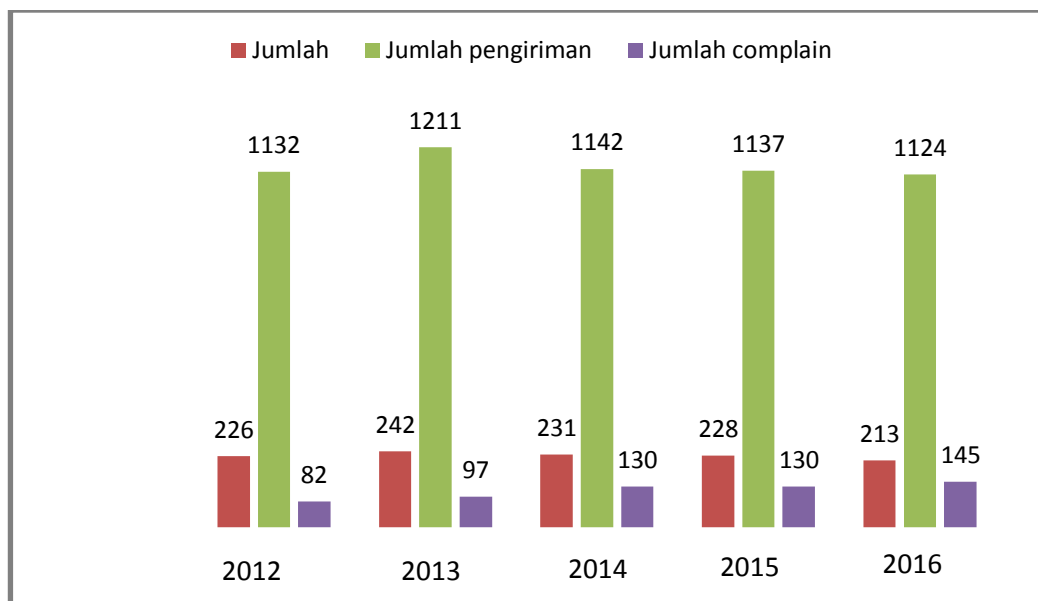
Data yang menggunakan jasa ekspedisi atau kargo pada PT . Bersaudara Garuda Nusantara periode 2012 sampai 2016. (tabel 1):

Tabel 1

Data Pengiriman PT . Bersaudara Garuda Nusantara Periode 2012-2016

| Tahun | Jumlah Konsumen | Jumlah pengiriman | Jumlah complain |
|-------|-----------------|-------------------|-----------------|
| 2012 | 226 | 1132 | 82 |
| 2013 | 242 | 1211 | 97 |
| 2014 | 231 | 1142 | 130 |
| 2015 | 228 | 1137 | 130 |
| 2016 | 213 | 1124 | 145 |

Sumber : PT . Bersaudara Garuda Nusantara 2017



Sumber : PT . Bersaudara Garuda Nusantara 2017

Gambar 1

Grafik Pengiriman

PT . Bersaudara Garuda Nusantara Periode 2012-2016

Terlihat dari tabel dan diagram diatas bahwa permasalahan yang terjadi adalah kecenderungan jumlah konsumen setiap tahunnya semakin menurun begitu juga terjadi penurunan jumlah pengiriman karena diikuti dengan kenaikan jumlah complain yang semakin meningkat. Hal ini mengidentifikasi bahwa kualitas pelayanan dari PT Bersaudara Garuda Nusantara belum sesuai dengan harapan konsumen.

Selain dari data diatas terdapat juga data jumlah complain atau keluhan yang terdiri dari keterlambatan dan barang yang rusak. (tabel 2):

Tabel 2

Data Pengiriman PT . Bersaudara Garuda Nusantara Periode 2012-2016

| Tahun | Jenis Komplain/Keluhan | | Jumlah | (%) |
|-------|------------------------|--------------|--------|-------|
| | keterlambatan | Barang Rusak | | |
| 2012 | 48 | 34 | 82 | - |
| 2013 | 53 | 44 | 97 | 18,3% |
| 2014 | 72 | 58 | 130 | 34% |
| 2015 | 86 | 44 | 130 | 0 |
| 2016 | 97 | 48 | 145 | 11,5% |

Sumber : PT . Bersaudara Garuda Nusantara 2017

Dari tabel 2, terlihat bahwa jumlah komplain baik dari keterlambatan maupun kerusakan barang meningkat setiap tahunnya. Secara total peningkatan tertinggi pada tahun 2013 yaitu 18,3% dan pada tahun 2014 yaitu 34%. Diduga konsumen menggunakan jasa perusahaan ekspedisi lain, dikarenakan kualitas layanan pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara yang kurang baik dibandingkan alternatif lain Berdasarkan fenomena tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian, dengan judul: “HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PADA PT BERSAUDARA GARUDA NUSANTARA (CARGO)”

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan. Untuk mencapai kepuasan konsumen diperlukan kualitas pelayanan yang terbaik. Kualitas pelayanan yang unggul akan memberi kesan puas bagi konsumen dan keinginan untuk kembali menggunakan jasa tersebut akan semakin besar.

PT. Bersaudara Garuda Nusantara merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak dibidang ekspedisi, kargo atau pengiriman barang. Penyedia pelayanan jasa kargo adalah salah satu prasarana modern dimana dapat memudahkan masyarakat agar tidak lagi repot untuk membawa barangnya naik langsung ke pesawat, tetapi memasukkannya dalam pelayanan kargo agar konsumen dapat menikmati fasilitas selama menjalani penerbangan. PT. Bersaudara Garuda Nusantara masuk kedalam lingkup persaingan yang semakin ketat. Hal ini dimanfaatkan sebagai momentum untuk menunjukkan keunggulan pelayanan. Namun kenyataan yang berjalan dilapangan tidak demikian karena sejak tahun 2016, terdapat penurunan jumlah konsumen yang sangat signifikan.

Dapat dilihat pada jumlah konsumen dan jumlah pengiriman selama lima tahun kedepan semakin menurun diakibatkan jumlah keluhan atau jumlah komplain mengenai keterlambatan dan barang yang rusak semakin meningkat. Pada tahun 2012 jumlah komplainnya sebesar 82, tahun 2013 naik sebesar 97 jumlah komplain, tahun 2014-2015 naik sebesar 130 jumlah komplain hingga tahun 2016 naik sebesar 145 jumlah komplain. Hal ini menunjukkan Kepuasan konsumen mulai menurun diakibatkan kualitas pelayanan

tidak sesuai yang diharapkan. Kualitas pelayanan menjadi salah satu hal fatal sekaligus vital dalam menentukan kepuasan seorang konsumen.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas jasa pelayanan yang diberikan oleh PT Bersaudara Garuda Nusantara ?
2. Bagaimana kepuasan konsumen oleh PT Bersaudara Garuda Nusantara ?
3. Apakah terdapat hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen oleh PT Bersaudara Garuda Nusantara ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi dan data yang relevan agar dapat dijadikan sebagai sumber penelitian untuk dapat diamati, dipelajari dan diolah sehingga mendapatkan hasil yang akurat dari perusahaan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat kualitas jasa pelayanan yang diberikan oleh PT Bersaudara Garuda Nusantara Cibinong.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada PT Bersaudara Garuda Nusantara Cibinong.
3. Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada PT Bersaudara Garuda Nusantara Cibinong.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Untuk memberi saran dan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan dalam menjaga disiplin untuk mempertahankan kepuasa konsumen. Penelitian ini merupakan kesempatan yang baik bagi penulis untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama menjalani perkuliahan dan memperluas wahan berfikir ilmiah. Sebagai referensi yang dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan perbandingan dalam memlakukan penelitian pada bidang yang sama yang akan datang.

2. Secara Praktis

Untuk mewujudkan peningkatan kepuasan konsumen dengan penetapan harga yang sesuai dengan minat konsumen, untuk memperoleh kemajuan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan mengetahui sejauh mana penetapan harga yang ditetapkan meningkatkan kepuasan kepada konsumen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran Dan Konsep Pemasaran

2.1.1 Pengertian

Dengan melakukan analisis yang cermat terhadap berbagai perubahan, usaha-usaha berkelanjutan akan memberi pemahaman yang lengkap bagi marketer yang berguna dalam menggerakkan arah bisnis dengan benar dan tepat. Analisis terhadap perubahan akan mampu melihat dengan jelas kekuatan-kekuatan perubahan (politik, teknologi, sosial budaya, ekonomi, pesaing dan konsumen dengan analisis dari peringkat sangat penting sampai dengan peringkat tidak penting) berdampak secara signifikan terhadap kegiatan perusahaan.

Demikian juga dengan analisis berkelanjutan untuk mengarahkan kemampuan setiap bisnis yang dibangun dapat bertahan hidup dalam market yang terus berubah dan semakin kompetitif, oleh karena itu secara berkelanjutan marketer harus selalu mengadakan penyesuaian desain (rancang bangun) strategi, program dan value untuk menggerakkan bisnis mencapai sasaran. Dalam hal ini, pemasaran memegang peranan penting dalam menentukan sukses atau tidaknya suatu bisnis.

Dibawah ini terdapat beberapa pengertian pemasaran menurut para ahli.

Ali Hasan (2013:1) Pengertian pemasaran merupakan sebuah konsep ilmu dalam strategi bisnis yang bertujuan untuk mencapai kepuasan berkelanjutan bagi stakeholder (pelanggan, karyawan, dan pemegang saham). Sebagai ilmu, marketing merupakan ilmu pengetahuan yang objektif yang diperoleh dengan penggunaan instrumen-instrumen tertentu untuk mengukur kinerja dari aktivitas bisnis dalam membentuk, mengembangkan, mengarahkan pertukaran yang saling menguntungkan dalam jangka panjang antara produsen dan konsumen atau pemakai. Sebagai strategi bisnis, marketing merupakan tindakan penyesuaian suatu organisasi yang berorientasi pasar dalam menghadapi kenyataan bisnis baik dalam lingkungan mikro maupun lingkungan makro yang terus berubah.

Basu Swastha Dharmmesta (2016:3) menyatakan bahwa pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba.

Dalam buku Mullins, Walker & Boyd yang dikutip oleh Fandy Tjiptono, (2008:4), pemasaran adalah proses sosial yang mencakup aktivitas-aktivitas yang diperlukan untuk memungkinkan individu dan organisasi mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan ingin melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan relasi pertukaran berkesinambungan.

American Marketing Association (AMA) yang dikutip oleh Dwi Suhartanto (2014:2) mendefinisikan pemasaran sebagai berikut : “*Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large*”. (Approved July 2013) (pemasaran merupakan aktivitas, rangkaian institusi, proses penciptaan , pengkomunikasian, pengiriman dan pertukaran sesuatu yang bernilai bagi pelanggan, klien, partner, serta masyarakat umum).

Dari berbagai pendapat diatas,maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran memiliki tujuan dan persepsi yang sama, yakni merupakan suatu proses perencanaan dimana perusahaan menganalisis struktur pasar serta membangun hubungan yang kuat agar perusahaan mendapatkan suatu penilaian yang baik dalam benak konsumen/pelanggan dalam menciptakan pertukaran yang memuaskan.

2.1.2 Konsep Pemasaran

Basu Swastha Dharmmesta (2016:6) konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Didalam pemasaran terdapat beberapa konsep yang merupakan dasar dari pelaksanaan kegiatan pemasaran perusahaan. Deliyanti Oentoro (2012: 7) terdapat 7 konsep pemasaran yaitu :

1. konsep produksi
konsep produksi berpendapat bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dimana-mana dan harga yang terjangkau. Konsep ini berorientasi pada produksi dengan mengerahkan segenap upaya untuk mencapai efisiensi produk tinggi dan distribusi yang luas.
2. Konsep produk
Konsep produk mengatakan baha konsumen menyukai produk yang menawarkan mutu, performasi, dan ciri-ciri yang terbaik.
3. Konsep penjualan
Konsep penjualan berpendapat bahwa konsumen tidak bisa dibiarkan begitu saja, perusahaan harus melaksanakan upaya penjualan dan promosi agresif.
4. Konsep pemasaran
Konsep pemasaran megatakan bahwa kunci utama untuk mencapai tujuan perusahaan terdiri dari pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memeberikan kepuasan yang diharapkan secara efektif dan efisien disbanding para pesaing.
5. Konsep pemasaran sosial
Konsep pemasaran sosial berpendapat bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar sasaran serta

memberikan kepuasan yang diharapkan dengan tetap melestarikan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

6. Konsep pemasaran global

Pada konsep pemasaran global ini, manajer eksekutif berupaya memahami semua faktor lingkungan yang mempengaruhi pasar sasaran melalui manajemen strategis yang baik. Tujuan akhirnya adalah berupaya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan semua pihak yang terlibat dalam perusahaan.

7. Konsep pemasaran berwawasan sosial

Tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar sasaran dengan cara memberi keputusan yang diinginkan secara lebih efisien dan efektif dari pada pesaing dengan cara mempertahankan dan meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

2.2 Jasa

Pada dasarnya setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen serta mampu mencapai target pasar yang ingin dicapai. Namun seiring dengan tujuan perusahaan tersebut, perusahaan juga menginginkan tercapainya permintaan sebanyak-banyaknya agar hasil penjualan yang diperoleh dapat tercapai. Akan tetapi timbul masalah yaitu bagaimana cara untuk dapat mempengaruhi pembeli agar pembeli membeli produk yang ditawarkan.

Philip Kotler dan Gery Amstrong (2012:75) menyatakan bahwa bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan perusahaannya dipasar sasaran.

Menurut Yazid (2012:15) bauran pemasaran adalah kumpulan dari variabel yang dikendalikan oleh perusahaan dalam mengkomunikasikan layanan yang akan digunakan untuk memberikan rasa puas kepada konsumen sarasannya.

Berdasarkan pendapat para ahli mengenai bauran pemasaran, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan kombinasi dari faktor-faktor yang dapat dikendalikan oleh perusahaan dan dapat membentuk suatu sistem pemasar dalam mencapai tujuan perusahaan pada pasar sasaran.

Bauran pemasaran memiliki beberapa unsur/alat didalamnya demi mendukung pemasaran perusahaan. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2012 : 25) unsur-unsur bauran pemasaran terdiri dari :

1. Produk (*product*)

Suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, agar produk yang dijual maupun dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan dari konsumen.

2. Harga (*price*)
Sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli atau penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.
3. Tempat (*place*)
Tempat diasosiasikan sebagai saluran distribusi yang ditujukan untuk mencapai target konsumen. Sistem distribusi ini mencakup lokasi, transportasi, pergudangan dan sebagainya.
4. Promosi (*promotion*)
Promosi berarti aktifitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya.

2.2.1 Pengertian Jasa

Pada era modern ini, perusahaan tidak lagi hanya berfokus pada keunggulan suatu barang saja, melainkan berfokus pada jasa atau pelayanan yang terdapat pada barang tersebut.

Jasa (*service*) menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2012:214) adalah *any act or performance that one party can offer another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or not be tied a physical product.* Yang artinya adalah setiap aktifitas, manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain yang bersifat tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun dimana produksinya dapat terikat maupun tidak dengan produk fisik.

Menurut Valerie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner dikutip oleh Buchari Alma (2014:243) jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak berwujud.

Berdasarkan pendapat para ahli mengenai bauran pemasaran, dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan kegiatan yang memberikan manfaat yang dapat ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang pada dasarnya memiliki sifat tidak berwujud dan tidak dapat pindah kepemilikannya.

2.2.2 Karakteristik Jasa

Para praktisi bisnis, terutama yang menganut paham *street entrepreneur* sering mengabaikan pengetahuan dasar tentang karakteristik jasa atau barang yang dijual. Mereka menganggapnya hanya sekedar teori untuk konsumsi kaum akademisi saja.

Padahal dengan mengenali sifat atau karakteristik jasa sangat penting sebagai dasar dalam menyusun desain program pemasaran yang tepat sasaran.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2008:48-49) karakteristik jasa terdiri dari empat hal yaitu:

1. Tidak berwujud (*intangibility*)

Jasa bersifat intangible, artinya adalah sesuatu yang tidak berwujud. Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Jika benda merupakan obyek, alat atau benda yang bisa dinilai dari bentuk dan fungsinya, maka jasa adalah suatu perbuatan (pelayanan), kinerja (performance) atau usaha.

Konsumen akan mengambil kesimpulan mengenai mutu jasa tersebut apakah bagus atau buruk berdasar hal-hal berikut ini:

a. Tempat (*place*)

Kaitannya dengan contoh jasa catering di atas adalah: Tempat yang bersih, luas, dapur tertata rapi

b. Orang (*people*)

Karyawan yang melayani bersikap ramah, berpenampilan rapi.

c. Peralatan (*equipment*)

Peralatan memasak lengkap, higienis, terbuat dari bahan tak berkarat dan terkesan “canggih”.

d. Simbol (*symbol*)

Nama dan simbol seharusnya menggambarkan layanan yang sesuai dengan produk jasa yang ditawarkan (layanan cepat, rasa gurih dan lezat).

e. Harga (*Price*)

Daftar harga yang tercantum sepadan dengan jasa yang ditawarkan. Lebih bagus jika terlihat lebih murah dari harga pesaing.

f. Bahan komunikasi (*communication materials*)

Media yang digunakan baik berupa teks maupun foto (berupa brosur, banner dll) untuk mempresentasikan pelayanan menggambarkan efisiensi, ketepatan dan kecepatan.

2. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*)

Jasa umumnya dijual dulu baru kemudian diproduksi secara khusus dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Mutu / kualitas dari suatu jasa terjadi pada saat pemberian jasa.

Interaksi yang terjadi antara penyedia jasa dan konsumen menjadi ciri khusus dan sangat berpengaruh terhadap mutu dari jasa yang diberikan. Artinya, konsumen juga terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam proses produksi. Keduanya mempengaruhi hasil (outcome) dari jasa tersebut.

3 Keragaman (*variability*)

Pengertian: Jasa bersifat sangat beragam karena merupakan nonstandardized out-put. Artinya ada banyak variasi jenis dan kualitas tergantung pada siapa (who), kapan (when), dan di mana (where) jasa tersebut dihasilkan.

4. Tidak tahan lama (*perishability*)

Pengertian: Jasa memiliki karakteristik tak tahan lama dan tidak dapat disimpan karena sifatnya yang tidak berwujud fisik. (Untuk jenis jasa tertentu karakteristik ini tidak berlaku. Terutama untuk jasa pembuatan barang fisik seperti, jasa las pagar / kanopi, jasa jahit baju, fotografi dll).

2.2.3 Pemasaran Jasa

Bisnis jasa sangat bervariasi, karena banyak hal yang dapat memengaruhinya, antara lain kondisi internal organisasi, lingkungan fisik, kontak personal, dan komentar dari mulut ke mulut.

Fandy Tjiptono (2008:144) menyatakan bahwa pemasaran jasa terdiri dari aspek , yaitu:

a. Pemasaran Eksternal

Menggambarkan aktivitas normal yang dilakukan oleh perusahaan dalam mempersiapkan jasa, menetapkan harga, melakukan distribusi, dan mempromosikan jasa yang bernilai superior kepada para pelanggan.

b. Pemasaran Internal

Menerapkan teori dan praktik pemasaran terhadap para karyawan,. Manajer harus mempekerjakan orang yang melayani pelanggan dan mereka harus bekerja sebaik mungkin. Secara teknis pemasaran internal berarti mengaplikasikan setiap aspek pemasaran didalam perusahaan.

c. Pemasaran interaktif

Pemasaran interaktif ini terjadi dalam rangka hubungan antara karyawan dan pelanggan.

2.3 Kualitas Pelayanan

2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Jasa

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berpengaruh dengan kondisi produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang mempengaruhi atau melebihi harapan. Sehingga kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

(Haynes & Du Vall, 1992, dikutip oleh Ariani Wahyu (2009:178) kualitas pelayanan merupakan proses yang secara konsisten meliputi pemasaran dan operasi yang memperhatikan keterlibatan orang, pelanggan internal dan pelanggan eksternal, dan memenuhi berbagai persyaratan dalam penyampaian jasa.

Menurut Parasuraman, et al dalam buku Rusdiana (2014:217), service quality dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima.

James A. Fitzsimmons dkk (2014:143), *service quality is a complex topic ,as shown by the need for a definition that includes five the dimention : reability, responsiveness, assurance, emphaty, and thangibles.*

Philip Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kata kualitas mengandung banyak defenisi dan makna. Orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpa memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaian saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut :

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Berdasarkan pendapat para ahli mengenai kualitas pelayanan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan.

2.3.2 Kualitas Jasa

Kualitas atau mutu jasa adalah hal yang sangat dan wajib diperhatikan oleh para produsen. Kualitas yang rendah akan menepatkan perusahaan pada posisi yang kurang menguntungkan. Tanpa adanya kualitas dari satu produk, maka kemungkinana

besar konsumen tidak akan tertarik dengan menggunakan produk dan jasa perusahaan lagi.

Pengertian kualitas jasa menurut Wickof dalam Lovelock yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2006:59), “tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.”

Sedangkan pengertian kualitas jasa menurut Lovelock-Weight (2007:96), yaitu sebagai berikut, “kualitas jasa adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan.”

Dari beberapa pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

2.3.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Philip Kotler (2007:57), mengatakan bahwa indikator untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu:

1. *Tangibles*
 - a. Penampilan dalam perusahaan
 - b. Penampilan luar fasilitas fisik perusahaan
2. *Reliability*
 - a. Memberikan pelayanan sesuai janji
 - b. Melakukan pelayanan saat pertama
3. *Responsiveness*
 - a. Karyawan cepat tanggap terhadap jasa yang dibutuhkan konsumen
 - b. Pelayanan yang tepat kepada konsumen
4. *Assurance*
 - a. Karyawan memberi tahu pelayanan apa yang dibutuhkan konsumen dan akan dikerjakan
 - b. Perilaku karyawan yang memberikan ketenangan bagi konsumen bahwa transaksi yang dilakukan terjamin
5. *Empathy*
 - a. Karyawan memahami keperluan khusus dari konsumen
 - b. Karyawan memberikan kesempatan bertanya kepada konsumen.

Parasuraman, Zeithml, dan Berry yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2011:198) terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

1. *Releabilitas (Reliability)*
Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

2. Daya tanggap (*Responsiveness*)
Berkenana dengan kesedian dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka., serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
3. Jaminan (*Assurance*)
Yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
4. Empati (*Empathy*)
Berarti bahwa perusahaan memahami masalah Pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*)
Berkenan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan,dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Valarie Zeithaml, Leonard Berry, dan A. Parasuraman dikutip oleh Cristhopher Lovelock, Jochen Wirtz (2011:154) telah melakukan penelitian intensif terhadap kualitas layanan. Dalam penelitian berikut, mereka menemukan tingkat korelasi yang tinggi antara beberapa variabel,dan akhirnya mengonsolidasikannyake dalam lima dimensi yang luas:

1. *Tangibles* (Penampilan unsur fisik).
2. *Reliability* (Kinerja yang dapat diandalkan dan aakurat).
3. *Responsiveness* (Kecepatan dan Kegunaan).
4. *Assurance* (Kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan).
5. *Empathy* (Akses mudah, komunikasi yang baik, dan pemahaman pelanggan).

Penjelasan kelima dimensi diatas untuk menilai untuk menilai kualitas pelayanan. Kepuasan adalah fungsi dari perceived, performance & expectation.

Namun dalam perkembangan selanjutnya, Philip Kotler mengungkapkan ada lima faktor dominan penentu kualitas jasa yang dikutip oleh Buchari Alma (2014:440) yaitu :

1. *Tangible* (berwujud), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai macam materi komunikasi yang baik, menarik, terawat lancar dsb.
2. *Empathy*, yaitu kesedian karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada langganan.
3. *Responsiveness* (cepat tanggap), yaitu kemauan dari karyawan dan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan

cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan / complaint dari konsumen.

4. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, dan konsisten.
5. *Assurance* (kepastian), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan meliputi *tangible, reliability, empathy, responsiveness*, dan *assurance* yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya.

2.4 Kepuasan Konsumen

2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Sebelumnya konsep kepuasan masih bersifat abstrak. Pencapaian kepuasannya merupakan proses yang sederhana maupun kompleks. Dalam hal ini setiap individu dalam suatu jasa sangatlah penting dan berpengaruh terhadap kepuasan yang dibentuk. Banyak pakar yang memberikan definisi mengenai kepuasan konsumen sebagai berikut :

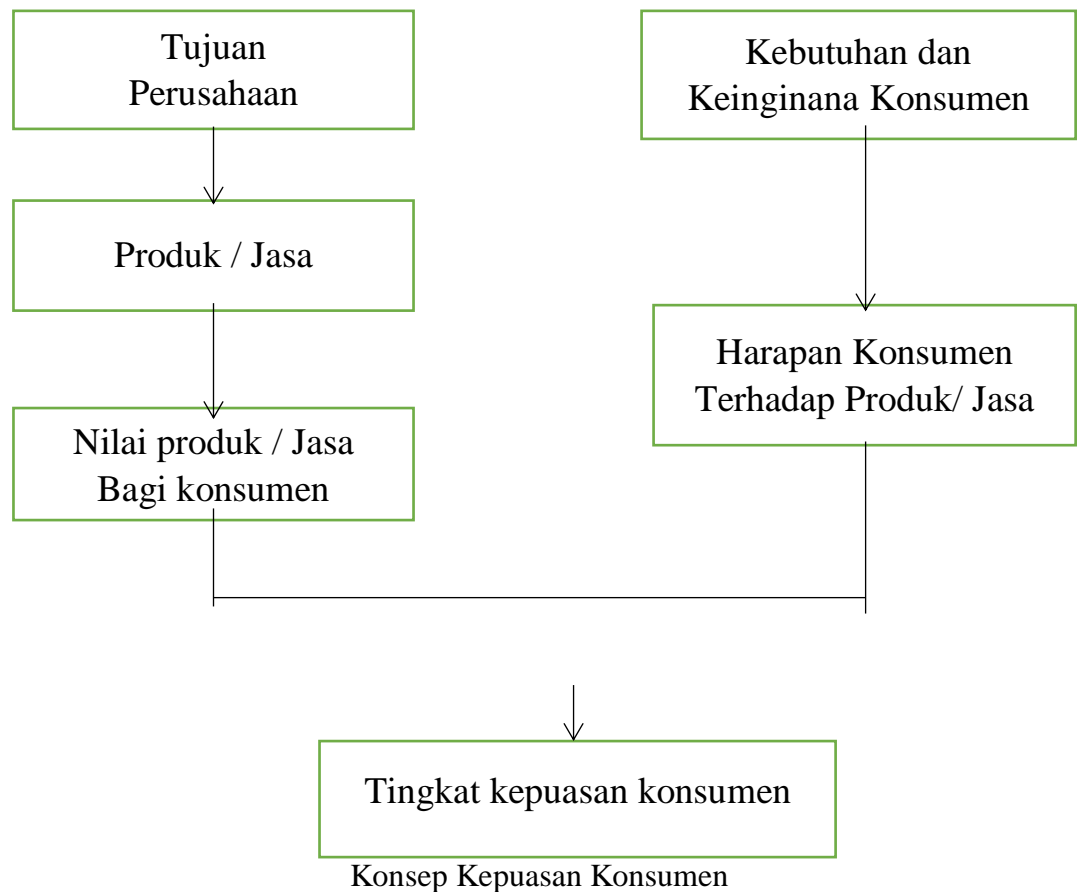
Suptianto & Ernawati (2010:303) mendefinisikan “Kepuasan pelanggan adalah adalah perasaan senang atau puas bahwa produk atau jasa yang diterima telah sesuai atau melebihi harapan pelanggan.”

Bahrul Kiron (2015:193) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah kontribusi nilai-nilai kerja , semangat kerja, kemampuan berkomunikasi dengan konsumen, penguasa teknologi informasi (customer information system) dan survepsi atasan, terhadap kinerja staf pelayanan dan kepuasan konsumen memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja staf pelayanan dan kepuasan konsumen.

Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2013:35), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Lovelock-wright (2007:102), Kepuasan adalah keadaan emosional,reaksi pasca pembelianmereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan, atau kesenangan.

Dari beberapa definisi para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan harapan, respon, tindakan, sikap dan tingkat perasaan senang konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan yang berdasarkan pengalaman yang didapat konsumen melalui evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen.



Sebagaimana diilustrasikan pada Gambar 1. kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja tidak mencukupi harapan, maka pelanggan tersebut dianggap tidak puas. (Fandy Tjiptono dan Diana, 2003). Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, lembaga harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Adapaun faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen menurut Philip Kotler (2007:560 adalah sebagai berikut :

1. Produk tau Jasa Inti
 - a. Merupakan esensi dari penawaran yang dapat mewakili produk/jasa inti yang disediakan oleh perusahaan (produsen).
 - b. Penetapan produk/jasa inti ini merupakan hal yang paling mendasar untuk ditawarkan kepada konsumen, sekaligus menjadikan hal yang paling sulit bagi produsen untuk membuatnya lain dari yang lain.

- c. Untuk market yang kompetitif, maka mau atau tidak mau produsen harus dapat menetapkan produk intinya secara tepat, karena bila tidak ditetapkan maka hubungan dengan konsumen tidak akan pernah bisa diawali.
2. Sistem dan pelayanan pendukung
 - a. Mencakup layanan pendukung yang dipandang dapat mendukung.
 - b. Perangkat yang menjadi pendukung pada level ini.misalnya:sistem pembayaran, kemudahan memperoleh produk dan pelayanannya, jam pelayanan, level karyawan, pendukung teknis dan perbaikan, sistem komunikasi dan informasi dan sejenisnya.
 3. Performa teknis
 - a. Terkait adegan apakah perusahaan sudah menetapkan produk inti maupun layanan pendukungnya itu sudah dilakukan secara benar.
 - b. Focus yang harus dipertimbangkan dalam hal ini, adalah perusahaan dapat menampilkan produk barang atau jasa sesuai dengan apa yang dijanjikan kepada konsumen.
 4. Elemen interkasi dengan konsumen
 - a. Sebenarnya mengacu pada prinsip interaksi penyediaan jasa dengan konsumen baik melalui tatap muka, atau melalui kontak yang berbasis pada teknologi.
 - b. Perusahaan harus menyediakan sistem paralel atau bisa juga dengan sistem alternatif yang memungkinkan konsumen dapat berhubungan dengan konsumen secara lebih pribadi.
 5. Elemen emosional-dimensi efektif pelayanan
 - a. Manajer perusahaan penyedia jasa harus data memepertimbangkan kemungkinan-kemungkinan yang dapat memeberikan pesan halus untuk disampaikan kepada konsumen, sehingga dapat menumbuhkan perasaan yang positif dalam diri konsumen terhadap produk maupun perusahaannya.
 - b. Banyak riset membuktikan bahwa ketidakpuasan konsumen tidak berhubungan dengan kualitas produk/jasa inti, akan tetapi tekanannya lebih mengarah pada aspek interaksi konsumen dengan penyedia jasa dan karyawan-karyawannya.

Menurut Dutka Melinda, (2008:11) terdapat tiga dimensi dalam mengukur kepuasan konsumen secara universal yaitu 1). *Attributes related to product* yaitu dimensi kepuasa yang berkaitan dengan atribut dari produk seperti penetapan nilai yang didapatkan dengan harga, kemampuan produk menentukan kepuasan, benefit dari produk tersebut. 2). *Attributes related to service* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari pelayanan misalnya dengan garansi yang dijanjikan, proses pemenuhan pelayanan atau pengiriman, dan proses penyelesaian masalah yang diberikan. 3). *Attributes related to purchase* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan

dengan atribut dari keputusan untuk membeli atau tidaknya dari produsen seperti kemudahan mendapatkan informasi, kesopanan karyawan dan juga berpengaruh reputasi perusahaan.

2.4.3 Pengukuran Kepuasan

Menurut Fandy Tjiptono (2011:305) terdapat empat metode mengukur kepuasan konsumen sebagai berikut:

1. Sistem Keluhan Dan Saran
Organisasi yang berpusat pada konsumen, memberikan kesempatan yang luas kepada konsumen untuk menyampaikan keluhan dan sarannya.
2. *Ghost Shopping*
Ghost Shopping adalah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen. Cara yang dilakukan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai pembeli (konsumen) potensial terhadap perusahaan dan pesaing.
3. *Last Customer Analysis*
Perusahaan seyogyanya menghubungkan konsumen yang telah berhenti menggunakan suatu layanan jasa agar dapat memahami apa yang terjadi.
4. Survey Kepuasan Konsumen
Umumnya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dengan penelitian survey, baik survey melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi melalui survey perusahaan akan memperoleh feedback secara langsung dari konsumen dan juga memberi tanda positif bahwa perusahaan memberikan perhatian khusus terhadap para konsumennya.

2.4.4 Pengertian Kinerja

Edy Sutrisno (2010:170), Kinerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum, dan sesuai dengan moral maupun etika.

Pengertian kinerja menurut Miner yang dikutip oleh Edy Sutrisno (2010:170), adalah “Bagaimana seseorang diharapkan dapat berfungsidan berperilaku sesuai dengan tugas yang telah dibebankan kepadanya.”

Irham Fahmi (2011:226), Kinerja adalah hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi baik organisasi tersebut bersifat *profied oriented* dan *non oriented* yang dihasilkan selama suatu periode waktu.”

Berdasarkan beberapa pendapat ahli tersebut dapat dipahami bahwa kinerja adalah kemampuan perusahaan dalam melaksanakan pekerjaan dan tercermin dari hasil kerja melalui kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan pekerjaannya.

2.4.5 Pengertian Harapan Konsumen

Harapan konsumen akan terus berkembang seiring berjalannya waktu sesuai perubahan lingkungan yang memberi informasi dan memberi pengalaman kepada pelanggan dalam menentukan kualitas produk yang akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan dalam waktu singkat. Dengan demikian harapan konsumen dapat mempengaruhi minat pelanggan dan dapat menjadi pemacu pelanggan dalam menilai kualitas dalam perusahaan.

Beberapa pakar mengidentifikasi konsep harapan konsumen sebagai berikut :

Fandy Tjiptono (2008:27), pengertian harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Pengertian ini didasarkan pada pandangan bahwa harapan merupakan standar prediksi ada pula yang menggunakan harapan sebagai standar ideal.

Philip Kotler (2007:13) menyatakan bahwa harapan konsumen merupakan pelanggan yang menciptakan harapan-harapan layanan dari pengalaman masa lalu, cerita dari mulut ke mulut, dan iklan. Pelanggan membandingkan jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan.

Dalam mengevaluasinya, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan. Jadi harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang dilihat dan diterimanya untuk terus berkembang sesuai dengan perubahan lingkungan.

2.5 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.5.1 Penelitian Sebelumnya

Salah satu peranan penting dalam melakukan suatu penelitian adalah kajian hasil-hasil sebelumnya. Hasil-hasil penelitian tersebut dapat dijadikan dasar dan perbandingan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 3
Penyajian Rangkuman Penelitian Sebelumnya

| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Metode Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|-------------------------|--|-------------------------|--|
| 1. | Andhika Pandu Nusa 2017 | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT JNE Cabang Greenland | Regresi linier berganda | Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut dapat diperoleh dari nilai F hitung $> F_{tabel}$ ($231.423 > 1,92$). berdasarkan hasil tersebut maka H_0 diterima. |
| 2. | Sofian Nataniel 2015 | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada pelanggan Ritel PT.Pos Indonesia, Kantor Pos Kota Malang) | Regresi linier berganda | Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari variabel bukti lnsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empaty terhadap variabel tingkat kepuasan pelanggan (Y) secara bersama-sama adalah signifikan |
| 3. | Asyik Rifa'I Hadi 2012 | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen pada Kantor POS Gladag di Surakarta | Regresi linier berganda | Berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy naik sebesar satu-satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat. |
| 4. | Hifni Ali Fahmi 2009 | Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan transportasi PT.Garuda Indonesia Airways di Jakarta | Koefisien korelasi | Dari hasil penelitian tersebut terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan |
| 5. | Wili Andi Merdian 2007 | Analisis Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan | Regresi linier berganda | Berdasarkan perhitungan uji T, terlihat bahwa variabel jaminan memiliki koefisien |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | pelanggan (studi kasus TIKI,JI Mantrigawen Lor No 12 Yogyakarta) | | regresi yang paling besar,yakni 0,209, sehingga variabel jaminana yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. |
|--|--|--|--|--|

2.5.2 Kerangka Pemikiran

Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan meningkatkan persaingan. Survive tidaknya satu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu sendiri dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para pelanggannya. Melalui kualitas layanan juga akan dapat menilai kinerja dan merasakan puas atau tidaknya mereka dengan layanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Menurut Arief (2007,118), bahwa kualitas layanan adalah tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Menurut Fandy Tjiptono (2014, 282) ada lima dimensi dari kualitas layanan yaitu :

1. *Reliability* (kinerja yang dapat diandalkan dan akurat).
2. *Assurance* (kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan).
3. *Tangibles* (penampilan unsur fisik).
4. *Empathy* (ketanggapan).
5. *Responsiveness* (kecepatan dan kegunaan).

Hal ini sejalan dengan penelitian Sofian Nataniel (2015) dan Asyik Rifa'I Hadi (2012) menyatakan bahwa kualitas pelayanan terdiri dari 5 indikator yaitu variabel bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

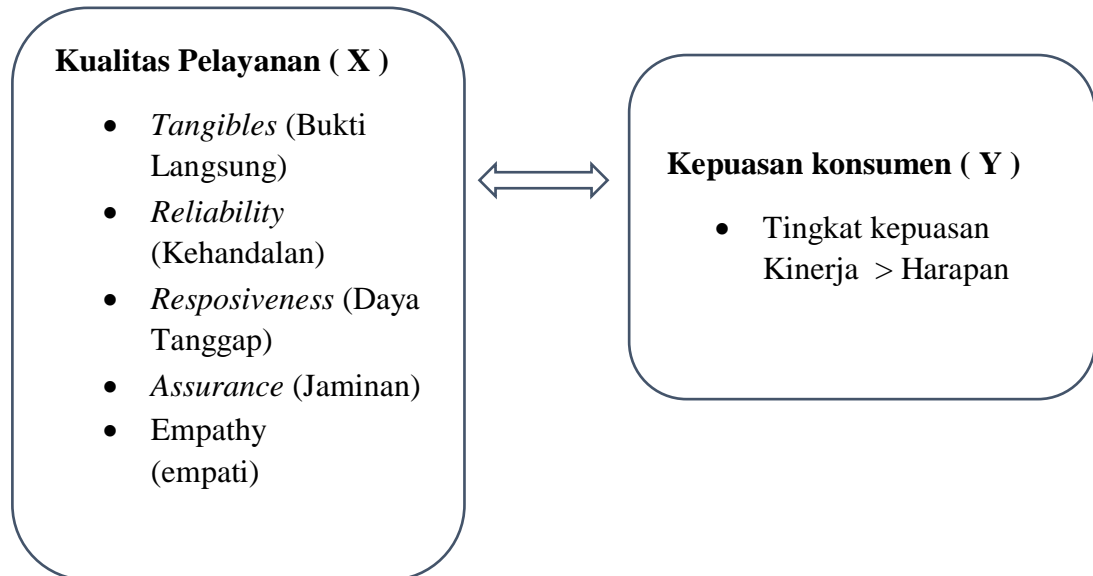
Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2013:35), Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Irham Fahmi (2011:226) "Kinerja adalah hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi baik organisasi tersebut bersifat *profied oriented* dan *non oriented* Yang dihasilkan selama suatu periode waktu".

Menurut Fandy Tjiptono (2008:27) yaitu pengertian harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Pengertian ini didasarkan pada pandangan bahwa harapan merupakan standar prediksi, selain standar prediksi adapula yang menggunakan harapan sebagai standar ideal.

Hal ini dapat mempengaruhi kepuasan konsumen karena akan dinilai oleh konsumen tersebut bagaimana kualitas pelayanan sehingga berani untuk mereferensikannya pada rekan dan saudaranya. Sehingga perusahaan harus dapat menyelidiki apa yang diharapkan oleh konsumen sehingga mereka merasa puas karena mendapat apa yang mereka inginkan.

Berdasarkan uraian diatas maka disusun paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 3

Konstelasi Penelitian

2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara atau dugaan terhadap identifikasi masalah penelitian yang kebenarannya harus dibuktikan dan diuji lebih lanjut secara empiris. Berdasarkan pemikiran diatas maka penulis mengemukakan paradigma dan hipotesis sebagai berikut :

1. Diduga tingkat kualitas pelayanan pada PT Bersaudara Garuda Nusantara cukup baik.
2. Diduga tingkat kepuasan konsumen pada PT Bersaudara Garuda Nusantara cukup baik.
3. Diduga terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen di PT Bersaudara Garuda Nusantara.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena ini bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya.

3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian adalah variabel independen, kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari indikator bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Serta variabel dependen, kepuasan konsumen (Y).

3.2.1 Unit Analisis

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dyads dimana analisis yang diteliti terdiri dari konsumen (responden) dan pihak perusahaan.

3.2.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di PT Bersaudara Garuda Nusantara, Jl. Mayor Oking Jayaatmaja, Central Ruko Cibinong-Bogor.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang diteliti pada penelitian ini adalah data kualitatif yang merupakan data primer dan data sekunder.

1. Data primer diperoleh dari hasil kepuasan konsumen, dengan cara wawancara dan menyebarkan kuesioner berupa pertanyaan-pertanyaan kepada para konsumen pada PT Bersaudara Garuda Nusantara.
2. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan yang isinya berupa data teori pendukung, data ini diperoleh dari beberapa sumber seperti : catatan atau dekomendasi perusahaan , jurnal-jurnal, internet dll.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah penentuan construct sehingga menjadi variabel yang dapat diukur.

1. Variabel independent (variabel tidak terikat / bebas) adalah variabel yang memengaruhi terhadap variabel dependen. dalam makala ini yang menjadi variabel independen adalah kualitas pelayanan.
2. Variabel dependen (variabel terikat / tidak bebas) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam makala ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan konsumen.

Table 4
Operasional Variabel
Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen
Pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara

| VARIABEL | INDIKATOR | UKURAN | SKALA |
|------------------------|-------------------|--|---------|
| Kualitas Pelayanan (X) | 1. Tangible | <ul style="list-style-type: none"> • Penampilan karyawan dalam bekerja • Fasilitas dan sarana • Perlengkapan dan peralatan | Ordinal |
| | 2. realibility | <ul style="list-style-type: none"> • Kecepatan karyawan dalam pelayanan • Ketetapan waktu sampainya barang • Barang diterima dalam keadaan utuh | Ordinal |
| | 3. Responsiv enes | <ul style="list-style-type: none"> • Kesigapan dalam membantu pengemasan barang • Tersedianya layanan penjemputan kiriman didaerah tertentu • Menangani dengan cepat terhadap keluhan yang disampaikan konsumen | Ordinal |
| | 4. Assurance | <ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan memberikan pelayanan • Keamanan barang yang akan dikirim • Etika dan sopan santun dalam melayani konsumen | Ordinal |
| | 5. Empathy | <ul style="list-style-type: none"> • Karyawan memberikan perhatian dan kepedulian yang baik kepada konsumen • Hubungan yang baik dengan konsumen • Memahami kebutuhan konsumen | Ordinal |

| | | | |
|-----------------------------|------------------------------|---|---------|
| | | | Ordinal |
| Kepuasan Konsumen (Y) | 1. Kinerja 2. Harapan | Tingkat kepuasan (Kinerja > harapan) | Ordinal |

3.5 Metode Penarikan Sampel

Secara umum dapat diartikan sebagai individu yang akan diselidiki dari keseluruhan individu. Menurut Sugiyono (2012 : 91) mengemukakan sampel adalah “Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Apa yang dipelajari dari sampel tersebut, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi.

Selanjutnya, penentuan ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan ketentuan rumus slovin. Adapun alasan menggunakan rumus slovin adalah untuk mendapatkan sampel yang representative dan lebih pasti atau mendekati populasi yang ada. Rumus slovin seperti yang dikemukakan Umar (2003 : 78). Yaitu :

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan yang diterorir dalam pengambilan sampel,tingkat kesalahan 5% (α)

(Husein Umar, 2013 :65)

Populasi dalam penelitian ini adalah seuruh konsumen PT. Bersaudara Garuda Nusantara diambil dari tahun 2016 yaitu sebanyak 213 orang. Dengan demikian, dari data tersebut didapatkan ukuran sampel sebagai berikut :

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

$$n = \frac{213}{1 + 213 (0,05)^2}$$

$$n = 139,9 = 140$$

Dengan demikian, dari perhitungan untuk mengetahui ukuran sampel dengan tingkat kesalahan 5 persen adalah sebanyak 140 responden.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan meninjau langsung perusahaan guna mengetahui permasalahan yang terjadi, adapun data dan informasi dikumpulkan dengan cara sebagai berikut :

1. Observasi

Yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan cara melihat, mengamati objek penelitian guna melengkapi data sekunder sehingga data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

2. Wawancara

Yaitu penelitian yang diperoleh dengan cara mengajukan pertanyaan langsung dengan pihak perusahaan dan responden.

3. Kuesioner

Yaitu data yang diperoleh dengan cara menjabarkan suatu daftar pertanyaan yang cukup terperinci dan lengkap tentang objek yang diteliti pada responden. Untuk keperluan analisis ini, penulis mengumpulkan dan mengelola data yang diperoleh dari kuesioner dengan cara memberikan bobot penilaian dari setiap pertanyaan berdasarkan skala likert seperti terlihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5
Kriteria Penilaian Jawaban Responden

| Pernyataan | Symbol | Bobot untuk pernyataan |
|---------------------|--------|------------------------|
| Sangat setuju | SS | 5 |
| Setuju | S | 4 |
| Cukup | C | 3 |
| Tidak setuju | TS | 2 |
| Sangat tidak setuju | STS | 1 |

Sumber : Sugiono, (2012 : 133)

Dari nilai-nilai dan jawaban tersebut kemudian diproses dan dianalisis untuk digunakan sebagai alat ukur variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini dan diuji dengan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas sebagai berikut :

3.6.1 Uji Validitas

Menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur tersebut (kuesioner) mengukur apa yang ingin diukur dalam sebuah penelitian secara tepat.

Untuk menguji variabel tersebut, dapat digunakan product moment sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Dimana :

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara x dan y
- $\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel x dan y
- $\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai x
- $\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai y
- n = Jumlah responden

setelah semua korelasi setiap pernyataan dengan skor total diperoleh, nilai-nilai tersebut dinyatakan valid pada taraf signifikan sebesar 0,05 (5%). Adapun kriteria pengujian validitas adalah :

Jika r hitung > r tabel, maka variabel tersebut valid

Jika r hitung < r tabel, maka variabel tersebut tidak valid

Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel penelitian memuat 16 pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Pada penelitian ini dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ dan $n = 30$, uji validitas ini dikatakan valid jika bernilai diatas nilai kritis 0,3 dan dikatakan tidak valid jika nilainya dibawah 0,3.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji keterampilan instrumen yang digunakan dalam riset. Uji realibilitas ini dilakukan pada saat sebelum penelitian untuk mengetahui apakah instrumen pengumpulan data tersebut sebuah reliabel

(dapat diandalkan) atau belum. Apakah ternyata hasilnya tidak reliabel, maka hal yang perlu dilakukan adalah memperbaiki kuesioner. Jika hasilnya reliabel, maka penelitian akan dilanjutkan dengan menyebarkan kuesioner.

Tabel 6
Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

| Alpha | Tingkat Reliabilitas |
|---------------|-----------------------|
| 0,00 – 0,19 | Sangat tidak reliabel |
| > 0,20 – 0,39 | Kurang reliabel |
| > 0,40 – 0,59 | Cukup reliabel |
| > 0,60 – 0,79 | Reliabel |
| > 0,80 – 1,00 | Sangat reliabel |

Sumber : Ghajali (2006 : 41)

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan menggunakan teknik Alpha Cronbach.

Apabila r_{hitung} positif dan lebih besar dari r_{tabel} dan nilai alpha cronbach minimum adalah 0,6 maka pernyataan dalam kuesioner reliabel. Pengujian reliabilitas diolah dengan menggunakan software SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*).

Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan teknik Cronbach's Alpha. Uji signifikan dilakukan pada taraf signifikansi 5%. Instrumen penelitian sebagai alat pengumpul data dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai kritis product moment (0,6).

Tabel 7
Hasil Uji Reliabilitas Cronboach's Alpha Kualitas Pelayanan

| Nilai yang diharapkan | Batas alpha | Cronbach's Alpha | Kriteria |
|-----------------------|-------------|------------------|----------|
| Kualitas pelayanan | 0,6 | ,755 | Reliable |

Sumber : Data diolah SPSS 23 (2018)

Berdasarkan hasil uji coba reliabilitas pada variabel kualitas pelayanan di PT. Bersaudara Garuda Nusantara dapat dilihat nilai alpha sebesar 0,755 suatu variabel dikatakan baik jika nilai koefisien yang diperoleh $\alpha > 0,6$ koefisien reliabilitas variabel kepuasan pelanggan adalah dapat diterima.

Tabel 8
Hasil Uji Reliabilitas Cronboach's Alpha Kepuasan Konsumen

| Nilai yang diharapkan | Batas alpha | Cronbach's Alpha | Kriteria |
|-----------------------|-------------|------------------|----------|
| Kualitas pelayanan | 0,6 | ,768 | Reliable |

Sumber : Data diolah SPSS 23 (2018)

Berdasarkan hasil uji coba reliabilitas pada variabel kepuasan konsumen di PT. Bersaudara Garuda Nusantara dapat dilihat nilai alpha sebesar 0,768 suatu variabel dikatakan baik jika nilai koefisien yang diperoleh $\alpha > 0,6$ koefisien reliabilitas variabel kepuasan konsumen adalah dapat diterima.

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam mengenai objek yang akan diteliti, yaitu mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa ekspedisi atau cargo. Diperoleh melalui tanggapan responden.

1. Tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan total tanggapan

$$\text{Responden} = \frac{\text{Skor total responden}}{\text{Skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

2. Tanggapan responden terhadap kepuasan konsumen menggunakan total tanggapan

$$\text{Responden} = \frac{\text{Skor total responden}}{\text{Skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

Tabel 9
Tanggapan responden dibandingkan rentang interval

| Interval % | Kriteria |
|------------|-------------------|
| 0 – 20 | Sangat tidak baik |
| 21 – 40 | Tidak baik |
| 41 – 60 | Cukup baik |
| 61 – 80 | Baik |
| 81 - 100 | Sangat baik |

Sumber: Sugiyono, (2010: 215)

3.7.2 Analisis Koefisien Korelasi

Untuk menguji hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan konsumen digunakan rumus koefisien korelasi *Rank Spearman* sebagai berikut (Umar 2003:201):

$$\Gamma_s = 1 - \left\{ \frac{6 \sum d^2}{n (n^2 - 1)} \right\}$$

Keterangan :

Γ_s = Nilai korelasi rank spearman

d^2 = Selisih tiap pasangan rank

n = Jumlah data (jumlah pasangan untuk rank spearman)

Agar dapat memberikan kecermatan tafsiran hubungan variabel X dan variabel Y. Pada hakikatnya nilai r dapat bervariasi dari -1 hingga +1, atau secara matematis dapat ditulis menjadi $-1 \leq r \leq +1$. Hasil dari perhitungan akan memberikan tiga alternatif, yaitu:

1. Bila $r = 0$ atau mendekati 0, maka korelasi antar kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan antara variabel X terhadap variabel Y.
2. Bila $r = +1$ atau mendekati +1, maka korelasi antar kedua variabel adalah kuat dan searah, dikatakan positif.
3. Bila $r = -1$ atau mendekati -1, maka korelasi antar kedua variabel adalah kuat dan berlawanan arah, dikatakan negatif.

Sebagai bahan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini:

Tabel 10

Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

| Interval koefisien | Tingkat hubungan |
|--------------------|------------------|
| 0,00 – 0,199 | Sangat rendah |
| 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 0,40 – 0,599 | Sedang |
| 0,60 – 0,799 | Kuat |
| 0,80 – 1,000 | Sangat kuat |

Sumber : Sugiyono (2009 : 14)

Untuk memudahkan penulis, maka penulis menggunakan software SPSS (*Statistical Package For Social Sciences*) dalam menentukan hasil dari rank spearman (rs).

3.7.3 Analisis Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui berapa persen kontribusi variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X) terhadap variabel tidak bebas yaitu kepuasan konsumen (Y), maka dapat digunakan koefisien determinasi (KD) atau yang disebut dengan koefisien penentu.

Rumus koefisien determinasi adalah :

$$KD = (r^2) \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

3.7.4 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui apakah hipotesis yang dibuat dapat diterima atau ditolak, maka dapat dilakukan uji hipotesis. Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen mempunyai hubungan atau tidak dengan variabel dependen (Duwi Priyanto, 2012 : 139). Uji hipotesis digunakan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} .

T_{tabel} dicari pada tabel distribusi t dengan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ dan $dk = n-2$, sedangkan t_{hitung} dicari dengan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = r \frac{\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan ;

r = Koefisien korelasi

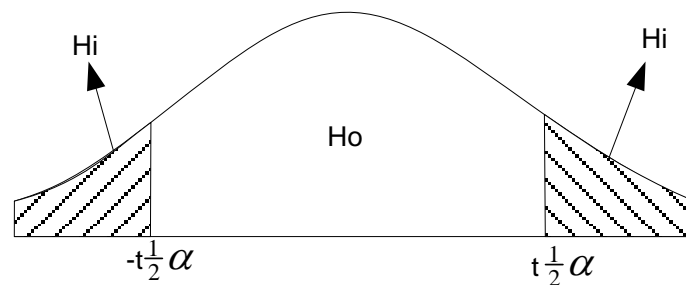
n = jumlah sampel

Dalam meneliti permasalahan, penulis harus menguji secara empiris kebenarannya. Hipotesis ini sebagai jawaban sementara yang masih perlu diuji kebenarannya. Adapaun hipotesis dalam penelitian ini adalah H_0 dan H_a .

H_0 : $\rho = 0$ t_{table} , tidak ada hubungan nyata antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara.

H_i : $\rho = 0$ t_{table} , terdapat hubungan nyata antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, maka dapat digambarkan kurva pengujian hipotesis sebagai berikut :



Gambar 2
Kurva Pengujian Hipotesis

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1. Sejarah Perusahaan

PT. Bersaudara Garuda Nusantara “Ganex Cargo” adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa ekspedisi domestik yang melayani pengiriman barang melalui darat (trucking), laut dan udara dengan beberapa jenis layanan yaitu *door to door service*, *door to port service* dan *port to port service* (antara pelabuhan). Mengingat pesatnya perkembangan era globalisasi sekarang ini, maka PT. Bersaudara Garuda Nusantara ingin memajukan perkembangan dalam era globalisasi dan ingin mengandalkan kecepatan, ketetapan dan kejelian dalam bekerja, sehingga perusahaan PT. Bersaudara Garuda Nusantara, menjadi rekanan atau customers di suatu perusahaan maupun di pabrik yang padat dengan kegiatannya.

PT. Bersaudara Garuda Nusantara berawal dari suatu keinginan untuk berusaha kerja sendiri dan berprestasi serta melihat terbukanya peluang bisnis di bidang ekspedisi. Awal mula berdirinya PT. Bersaudara Garuda Nusantara diawali dari suatu keinginan yang sangat besar oleh Bapak Sefdinoferi untuk mendirikan sebuah PT (Perseroan Terbatas). Sejak Bapak Sefdinoferi bekerja di sebuah perusahaan pelayaran domestik (antara pulau) sejak tahun 2001 hingga tahun 2009 berdomisili di Jakarta, mengingat makin pesatnya perkembangan dibidang jasa pengiriman barang-barang domestik (antar pulau), sehingga beliau ingin menambah atau mengembangkan pengalamannya dibidang ekspedisi (domestic) sejak tahun 2010 hingga sekarang.

Karena beliau sudah merasa bisa dan mampu dibidang ekspedisi tersebut, maka dalam tenaga, pikiran dan juga modal, sudah mencukupi akhirnya beliau berhasil mendirikan suatu perusahaan PT. Bersaudara Garuda Nusantara berlokasi di Cibinong Bogor.

Didukung oleh tenaga kerja yang berpengalaman dalam bidang jasa pengiriman barang dan dengan management yang baik serta dukungan dari staf keuangan, administrator umum, operational, dan sumber daya manusia PT. Bersaudara Garuda Nusantara mampu memberikan solusi yang terbaik bagi customernya. Makin bertambahnya kepercayaan customer membuat PT. Bersaudara Garuda Nusantara menjadi salah satu perusahaan yang cukup handal dalam waktu yang cukup singkat, dan PT. Bersaudara Garuda Nusantara menjadi salah satu perusahaan yang cukup terkenal dalam bidang ekspedisi.

4.1.2 Visi, Misi, Dan Motto Perusahaan

1. Visi perusahaan

Visi dari PT. Bersaudar Garuda Nusantara yaitu menjadi perusahaan penyelenggara pengiriman terbaik dan terdepan dengan memberikan solusi terbaik serta menjadikan customer sebagai mitra usaha kami.

2. Misi Perusahaan

Memberikan nilai tambah bagi mitra kami dengan prinsip-prinsip:

- a. Orientasi kemitraan
- b. Komunikasi dua arah
- c. Inovasi yang berkesinambungan
- d. Kualitas dan profesionalisme kerja yang tinggi
- e. Komitmen dalam pelayanan

3. Motto Perusahaan

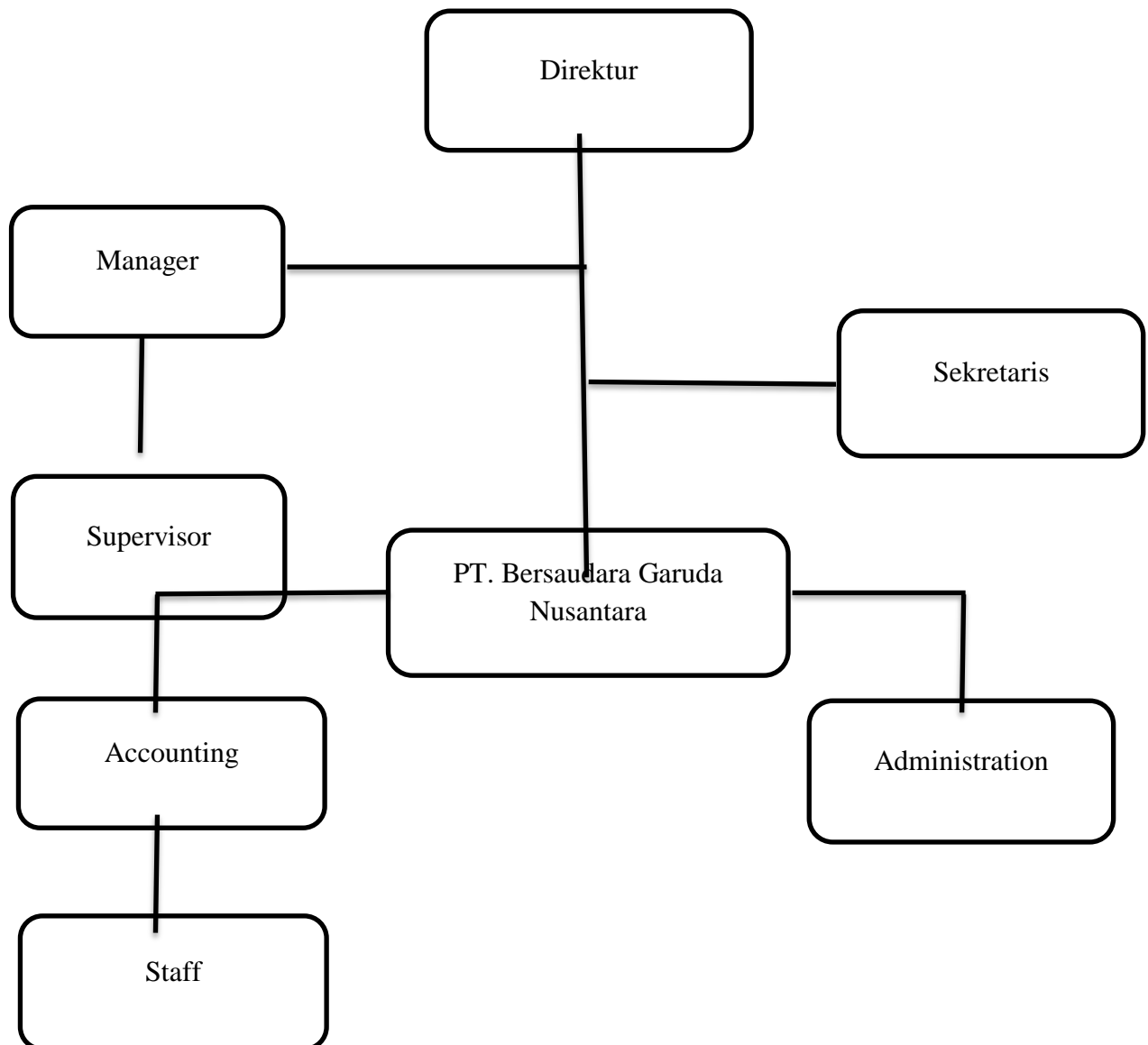
- a. Bekerja dengan pelayanan yang cepat
- b. Bekerja melayani dengan tepat.

4.1.3 Kegiatan Usaha Perusahaan

Secara terus menerus meningkatkan kemampuan SDM karyawannya, lewat pekerjaan proyek kreatif, pelatihan, dan pendidikan formal. Selain itu PT. Bersaudara Garuda Nusantara juga terus memantau kemajuan-kemajuan teknologi, agar program yang dijalankan terus bisa digunakan dengan baik dan sesuai dengan sistem produksi.

4.1.4 Struktur Organisasi, Tugas Dan Wewenang

Berikut ini adalah struktur organisasi PT. Bersaudara Garuda Nusantara :



Sumber : PT. Bersaudara Garuda Nusantara, 2017

Gambar 5

Struktur Organisasi PT. Bersaudara Garuda Nusantara

Adapun deskripsi dari jabatan, adalah sebagai berikut:

1. **Direktur** adalah orang yang memimpin dan bertanggung jawab penuh terhadap seluruh kegiatan yang dilaksanakan oleh perusahaan.
2. **Manager** adalah orang yang bertugas untuk mengatur masing-masing cabang yang telah dikelola.

3. Supervisor adalah seseorang yang bertugas untuk mengeluarkan perintah kepada rekan dibawahnya, disini supervisor sebagai pengurus kegiatan domestic.
4. Sekretaris adalah bagian yang membantu direktur dan manager didalam menyiapkan keperluan perusahaan. Sekretaris juga memiliki peranan ganda dalam perusahaan ini, yaitu sebagai kasir dan bendahara.
5. Accounting adalah bagian yang mengatur administrasi keuangan dan menyusun laporan keuangan, perpajakan, anggaran pengeluaran, dan penghasilan bulanan atau tahunan.
6. Administration adalah bagian yang mengatur tata laksana administrasi mendukung perusahaan agar dapat berjalan dengan baik. Di perusahaan ini admin juga bertugas mengatur tampilan program untuk kelancaran kerja karyawan.
7. Staff adalah orang yang menjabat jabatan yang mempunyai kewajiban, tanggung jawab dan wewenang untuk membantu melaksanakan kebijakan perusahaan demi melancarkan kemajuan perusahaan.

4.2. Profil Responden

Sampel penelitian mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa sebanyak 140 konsumen PT. Bersaudara Garuda Nusantara. Bagan ini menyajikan informasi mengenai gambaran secara umum responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaan.

Berikut penjelasan masing-masing karakteristik responden, yaitu :

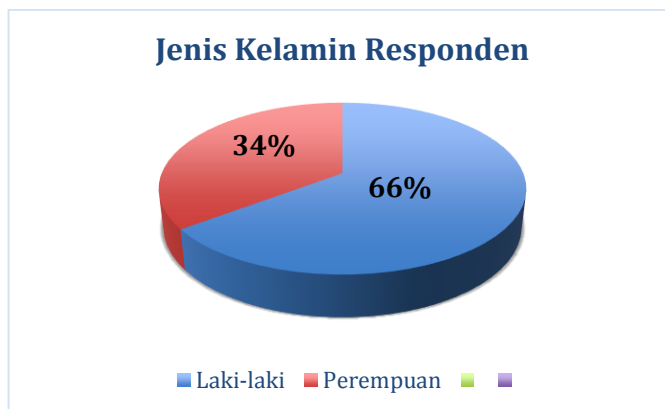
1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 11.
Jenis Kelamin Responden

| No. | Jenis Kelamin | Jumlah Responden | Presentase (%) |
|--------|---------------|------------------|----------------|
| 1. | Laki-laki | 93 | 66 |
| 2. | Perempuan | 47 | 34 |
| Jumlah | | 140 | 100 |

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, responden laki-laki sebanyak 93 orang (66%). Sedangkan responden perempuan sebanyak 47 orang (34%). Jadi mayoritas responden adalah laki-laki.



Gambar 6
Jenis Kelamin Responden

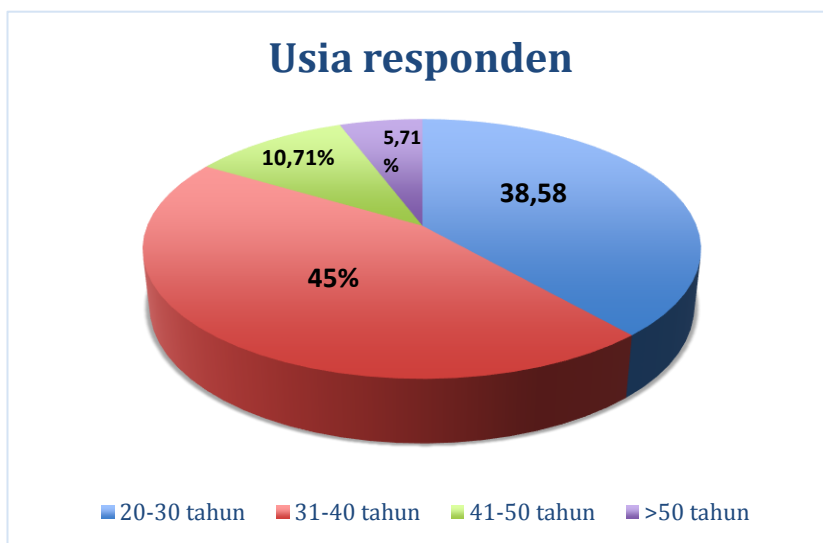
2. Identitas Responden Berdasarkan Umur

Tabel 12.
Berdasarkan umur responden

| No. | Umur | Jumlah | Persentase |
|-----|---------------|------------|------------|
| 1 | 20-30 tahun | 54 | 38,58 |
| 2 | 31-40 tahun | 63 | 45 |
| 3 | 41-50 tahun | 15 | 10,71 |
| 4 | >50 tahun | 8 | 5,71 |
| | Jumlah | 140 | 100 |

Sumber : Data diolah, 2018

Tabel 10 menyajikan bahwa tentang umur responden. Terlihat presentase tertinggi 45% responden yang berusia 31-40 tahun dan jumlah presentase terendah yaitu 5,71% responden yang berusia >50 tahun.



Gambar 7

Usia Responden

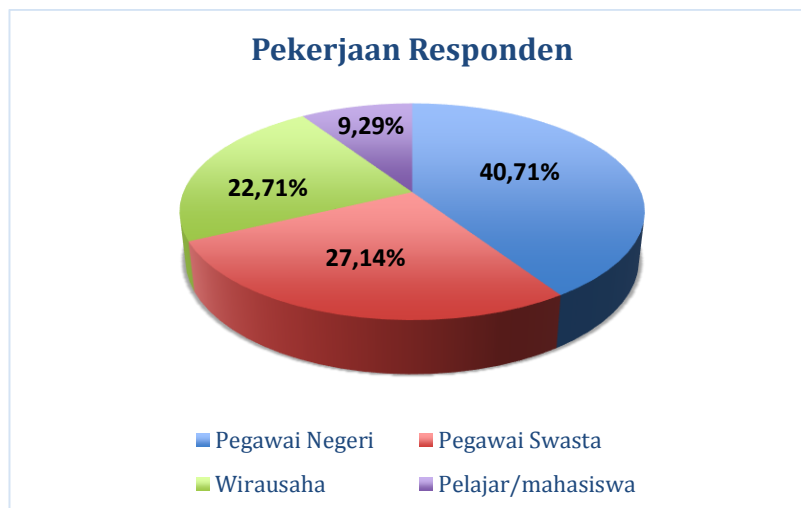
3. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 13.
Berdasarkan pekerjaan responden

| No | Pekerjaan | Jumlah | Presentase |
|----|-------------------|------------|------------|
| 1 | Pegawai Negeri | 57 | 40,71 |
| 2 | Pegawai Swasta | 38 | 27,14 |
| 3 | Wirausaha | 32 | 22,86 |
| 4 | Pelajar/Mahasiswa | 13 | 9,29 |
| | Jumlah | 140 | 100 |

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai pekerjaan responden, dapat dilihat Pegawai Negeri memiliki jumlah yang paling besar yaitu sebanyak 40,71% responden diikuti dengan pegawai swasta sebanyak 27,14% responden, wirausaha 22,86% responden dan pelajar/mahasiswa sebanyak 9,29% responden.



Gambar 8

Pekerjaan Responden

4.3. Pembahasan**4.3.1. Penerapan Kualitas Pelayanan pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara**

Kualitas pelayanan pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara mempunyai lima indikator, yaitu Bukti Langsung (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*).

1. Berwujud (*tangibles*)

Berwujud (*tangible*) adalah untuk mengukur bukti fisik kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal yang berupa sarana dan prasarana fasilitas fisik, dan penampilan karyawan, kebersihan kantor dan fasilitas kantor.

- a. Pendapat responden mengenai penampilan karyawan dalam bekerja, dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 14.

Penilaian responden terhadap penampilan karyawan laki-laki dan perempuan Pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara

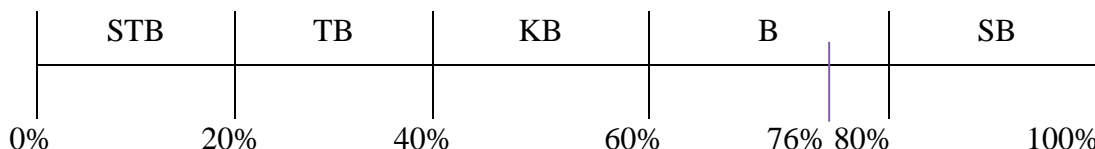
| Tingkat kinerja | | | | |
|------------------------|--------------|---------------|--------------------|-------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat baik | 5 | 54 | 38,57 | 270 |
| Baik | 4 | 29 | 20,71 | 116 |
| Kurang baik | 3 | 39 | 27,86 | 117 |
| Tidak baik | 2 | 12 | 8,57 | 24 |
| Sangat tidak baik | 1 | 6 | 4,29 | 6 |
| Total | | 140 | 100% | 533 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kualitas pelayanan kargo terhadap pernyataan penampilan karyawan dalam bekerja dengan jumlah presentase

sebesar 38,57% responden memilih sangat baik, 20,71% responden memilih baik, 27,86% responden memilih kurang baik, 8,57% responden memilih tidak baik, dan 4,29% responden memilih sangat tidak baik. Total skor sebanyak 533. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan penampilan karyawan dalam bekerja adalah sangat baik. Berikut adalah perhitungan tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{533}{5 \times 140} \times 100\% = 76\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 76% berada pada rentang sangat baik, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan penampilan karyawan dalam bekerja.

b. Pendapat responden mengenai fasilitas dan sarana, dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 15.

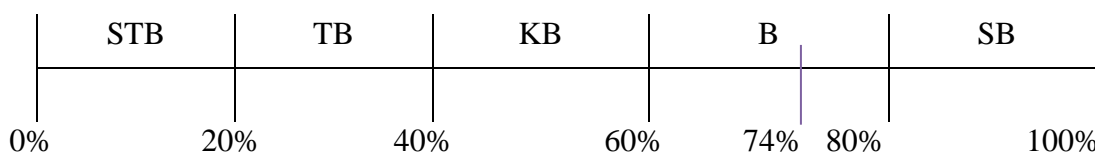
Penilaian responden terhadap fasilitas dan sarana
Pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|-------------------|-------|------------|-------------|------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat baik | 5 | 46 | 32,86 | 230 |
| Baik | 4 | 40 | 28,57 | 160 |
| Kurang baik | 3 | 30 | 21,43 | 90 |
| Tidak baik | 2 | 13 | 9,29 | 26 |
| Sangat tidak baik | 1 | 11 | 7,86 | 11 |
| Total | | 140 | 100% | 517 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kualitas pelayanan kargo terhadap pernyataan fasilitas dan sarana dengan jumlah presentase sebesar 32,86% responden memilih sangat baik, 28,57% responden memilih baik, 21,43% responden memilih kurang baik, 9,29% responden memilih tidak baik, dan 7,86% responden memilih sangat tidak baik. Total skor sebanyak 517. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan fasilitas dan sarana adalah sangat baik. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{517}{5 \times 140} \times 100\% = 74\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 74% berada pada rentang baik, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan fasilitas dan sarana .

- c. Pendapat responden mengenai perlengkapan dan peralatan ,dapat dilihat dari tabel berikut:

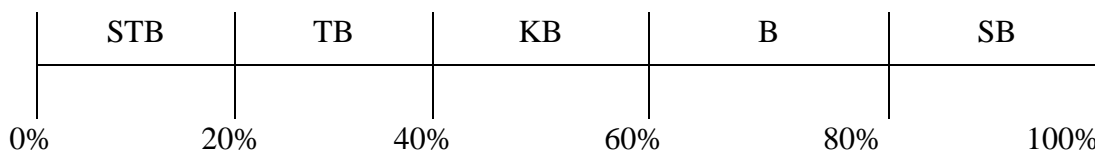
Tabel 16.
Penilaian responden terhadap perlengkapan dan peralatan
Pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|------------------------|--------------|---------------|--------------------|-------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat baik | 5 | 53 | 37,86 | 265 |
| Baik | 4 | 47 | 33,57 | 188 |
| Kurang baik | 3 | 33 | 23,57 | 99 |
| Tidak baik | 2 | 3 | 2,14 | 6 |
| Sangat tidak baik | 1 | 4 | 2,86 | 4 |
| Total | | 140 | 100% | 562 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kualitas pelayanan kargo terhadap pernyataan perlengkapan dan peralatan dengan jumlah presentase sebesar 37,86% responden memilih sangat baik, 33,57% responden memilih baik, 23,57% responden memilih kurang baik, 2,14% responden memilih tidak baik, dan 2,86% responden memilih sangat tidak baik. Total skor sebanyak 562. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan perlengkapan dan peralatan adalah sangat baik. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{562}{5 \times 140} \times 100\% = 80\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 80% berada pada rentang sangat baik, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan perlengkapan dan peralatan.

2. Keandalan (*Reliability*)

- a. Pendapat responden terhadap kecepatan karyawan dalam pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 17.

Penilaian responden terhadap kecepatan karyawan dalam pelayanan Pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|--------------------|-------|------------|-------------|------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat baik | 5 | 35 | 25,00 | 175 |
| Baik | 4 | 46 | 32,86 | 184 |
| Kurang baik | 3 | 38 | 27,14 | 114 |
| Tidak baik | 2 | 13 | 9,29 | 26 |
| Sangata tidak baik | 1 | 8 | 5,71 | 8 |
| Total | | 140 | 100% | 507 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kualitas pelayanan kargo terhadap pernyataan kecepatan karyawan dalam pelayanan dengan jumlah presentase sebesar 25,00% responden memilih sangat baik, 32,86% responden memilih baik, 27,14% responden memilih kurang baik, 9,29% responden memilih tidak baik, dan 5,71% responden memilih sangat tidak baik. Total skor sebanyak 507. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan kecepatan karyawan dalam pelayanan adalah baik. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{507}{5 \times 140} \times 100\% = 73\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 72% berada pada rentang sangat baik, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan kecepatan karyawan dalam pelayanan.

- b. Pendapat responden terhadap ketetapan waktu sampainya barang dapat dilihat pada tabel berikut:

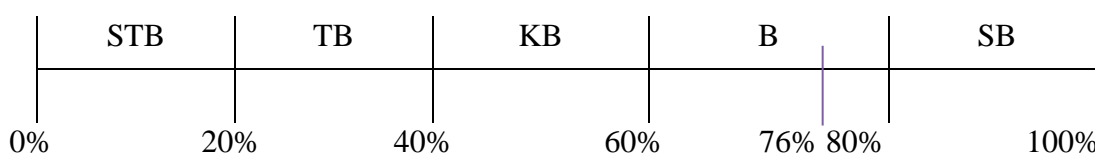
Tabel 18.
Penilaian responden terhadap ketetapan waktu sampainya barang
Pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|------------------------|--------------|---------------|--------------------|-------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat baik | 5 | 58 | 41,43 | 290 |
| Baik | 4 | 27 | 19,29 | 108 |
| Kurang baik | 3 | 29 | 20,71 | 87 |
| Tidak baik | 2 | 19 | 13,57 | 38 |
| Sangat tidak baik | 1 | 7 | 5,00 | 7 |
| Total | | 140 | 100% | 530 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kualitas pelayanan kargo terhadap pernyataan ketetapan waktu sampainya barang dengan jumlah presentase sebesar 41,43% responden memilih sangat baik, 19,29% responden memilih baik, 20,71% responden memilih kurang baik, 13,57% responden memilih tidak baik, dan 5,00% responden memilih sangat tidak baik. Total skor sebanyak 530. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan ketetapan waktu sampainya barang adalah sangat baik. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{530}{5 \times 140} \times 100\% = 76\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 76% berada pada rentang baik, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan ketetapan waktu sampainya barang.

- c. Pendapat responden terhadap barang yang diterima dalam keadaan utuh dapat dilihat pada tabel berikut:

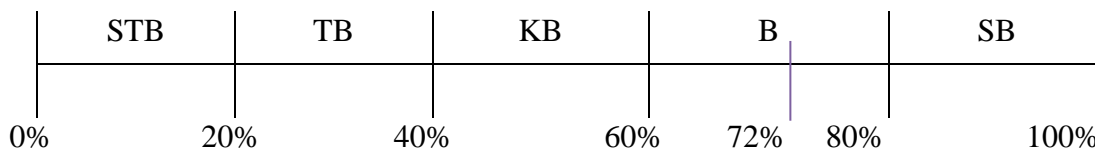
Tabel 19.
Penilaian responden terhadap barang yang diterima dalam keadaan utuh
Pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|-------------------|-------|------------|-------------|------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat baik | 5 | 43 | 30,71 | 215 |
| Baik | 4 | 37 | 26,43 | 148 |
| Kurang baik | 3 | 30 | 21,43 | 90 |
| Tidak baik | 2 | 18 | 12,86 | 36 |
| Sangat tidak baik | 1 | 12 | 8,57 | 12 |
| Total | | 140 | 100% | 501 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kualitas pelayanan kargo terhadap pernyataan barang yang diterima dalam keadaan utuh dengan jumlah presentase sebesar 30,71% responden memilih sangat baik, 26,43% responden memilih baik, 21,43% responden memilih kurang baik, 12,86% responden memilih tidak baik, dan 8,57% responden memilih sangat tidak baik. Total skor sebanyak 501. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan barang diterima dalam keadaan utuh adalah sangat baik. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{501}{5 \times 140} \times 100\% = 72\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 72% berada pada rentang baik, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan barang yang diterima dalam keadaan utuh.

3. Cepat tanggap (*Responsiveness*)

- Pendapat responden terhadap kesigapan dalam membantu pengemasan barang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 20.

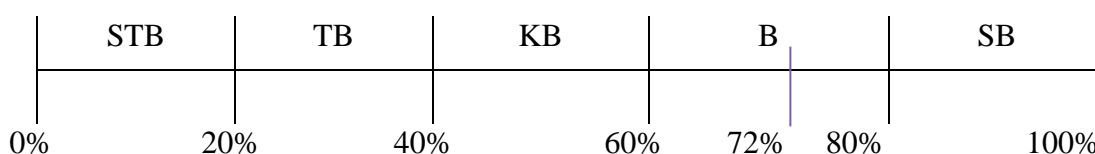
Penilaian responden terhadap kesigapan dalam membantu pengemasan barang
Pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|-------------------|-------|------------|-------------|------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat baik | 5 | 35 | 25,00 | 175 |
| Baik | 4 | 53 | 37,86 | 212 |
| Kurang baik | 3 | 23 | 16,43 | 69 |
| Tidak baik | 2 | 20 | 14,29 | 40 |
| Sangat tidak baik | 1 | 9 | 6,43 | 9 |
| Total | | 140 | 100% | 505 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kualitas pelayanan kargo terhadap pernyataan kesigapan dalam membantu pengemasan barang dengan jumlah presentase sebesar 25,00% responden memilih sangat baik, 37,86% responden memilih baik, 16,43% responden memilih kurang baik, 14,29% responden memilih tidak baik, dan 6,43% responden memilih sangat tidak baik. Total skor sebanyak 505. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan kesigapan dalam membantu pengemasan barang adalah baik. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{505}{5 \times 140} \times 100\% = 72\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 72% berada pada rentang baik, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan kesigapan dalam membantu pengemasan barang.

- b. Pendapat responden terhadap tersedianya layanan penjemputan kiriman didaerah tertentu dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 21.

Tersedianya Layanan Penjemputan Kiriman Didaerah Tertentu Pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|------------------------|--------------|---------------|--------------------|-------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat baik | 5 | 29 | 20,71 | 145 |
| Baik | 4 | 61 | 43,57 | 244 |
| Kurang baik | 3 | 23 | 16,43 | 69 |
| Tidak baik | 2 | 14 | 10,00 | 28 |
| Sangat tidak baik | 1 | 13 | 9,29 | 13 |
| Total | | 140 | 100% | 505 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kualitas pelayanan kargo terhadap pernyataan tersedianya layanan penjemputan kiriman didaerah tertentu dengan jumlah presentase sebesar 20,71% responden memilih sangat baik, 43,57% responden memilih baik, 16,43 %responden memilih kurang baik, 10,00% responden memilih tidak baik, dan 9,29% responden memilih sangat tidak baik. Total skor sebanyak 505. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan tersedianya

layanan penjemputan kiriman di daerah tertentu adalah baik. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{505}{5 \times 140} \times 100\% = 72\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 72% berada pada rentang baik, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan tersedianya layanan penjemputan kiriman di daerah tertentu.

- c. Pendapat responden, menangani dengan cepat terhadap keluhan yang disampaikan konsumen, dapat dilihat pada tabel berikut:

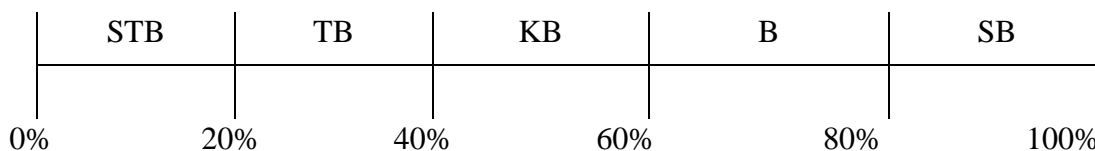
Tabel 22.
Penilaian Responden Terhadap Menangani Dengan Cepat Terhadap Keluhan Yang
Disampaikan Konsumen
Pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat Kinerja | | | | |
|------------------------|--------------|---------------|--------------------|-------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat baik | 5 | 57 | 40,71 | 285 |
| Baik | 4 | 46 | 32,86 | 184 |
| Kurang baik | 3 | 24 | 17,14 | 72 |
| Tidak baik | 2 | 8 | 5,71 | 16 |
| Sangat tidak baik | 1 | 5 | 3,57 | 5 |
| Total | | 140 | 100% | 562 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kualitas pelayanan kargo terhadap pernyataan menangani dengan cepat terhadap keluhan yang disampaikan konsumen dengan jumlah presentase sebesar 40,71% responden memilih sangat baik, 32,86% responden memilih baik, 17,14% responden memilih kurang baik, 5,71% responden memilih tidak baik, dan 3,57% responden memilih sangat tidak baik. Total skor sebanyak 562. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan menangani dengan cepat terhadap keluhan yang disampaikan konsumen adalah sangat baik. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{562}{5 \times 140} \times 100\% = 80\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 80% berada pada rentang sangat baik, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan menangani dengan cepat terhadap keluhan yang disampaikan konsumen.

4. Jaminan (*assurance*)

- a. Pendapat responden terhadap kemampuan memberikan pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut:

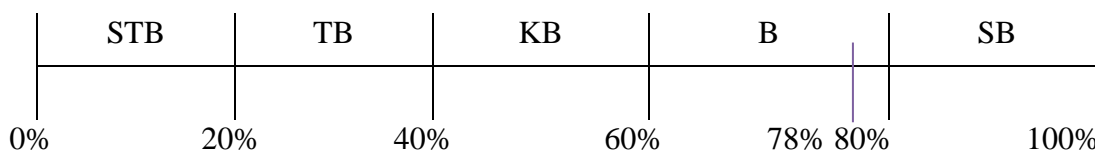
Tabel 23.
Penilaian responden terhadap Kemampuan memberikan pelayanan Pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|-------------------|-------|------------|-------------|------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat baik | 5 | 52 | 37,14 | 260 |
| Baik | 4 | 41 | 29,29 | 164 |
| Kurang baik | 3 | 33 | 23,57 | 99 |
| Tidak baik | 2 | 8 | 5,71 | 16 |
| Sangat tidak baik | 1 | 6 | 4,29 | 6 |
| Total | | 140 | 100% | 545 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kualitas pelayanan kargo terhadap pernyataan kemampuan memberikan pelayanan dengan jumlah presentase sebesar 37,14% responden memilih sangat baik, 29,29% responden memilih baik, 23,57% responden memilih kurang baik, 5,71% responden memilih tidak baik, dan 4,29% responden memilih sangat tidak baik. Total skor sebanyak 545. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan kemampuan memberikan pelayanan adalah sangat baik. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{545}{5 \times 140} \times 100\% = 78\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 78% berada pada rentang baik, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan kemampuan memberikan pelayanan.

- b. Pendapat responden terhadap keamanan barang yang akan dikirim dapat dilihat pada tabel berikut:

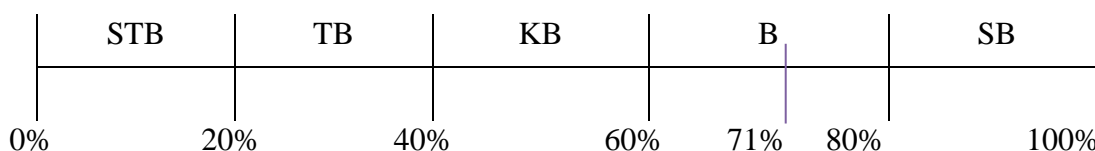
Tabel 24.
Penilaian responden terhadap Keamanan barang yang akan dikirim
Pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|------------------------|--------------|---------------|--------------------|-------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat baik | 5 | 45 | 32,14 | 225 |
| Baik | 4 | 32 | 22,86 | 128 |
| Kurang baik | 3 | 27 | 19,29 | 81 |
| Tidak baik | 2 | 25 | 17,86 | 50 |
| Sangat tidak baik | 1 | 11 | 7,86 | 11 |
| Total | | 140 | | 495 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kualitas pelayanan kargo terhadap pernyataan keamanan barang yang akan dikirim dengan jumlah presentase sebesar 32,14% responden memilih sangat baik, 22,86% responden memilih baik, 19,29% responden memilih kurang baik, 17,86% responden memilih tidak baik, dan 7,86% responden memilih sangat tidak baik. Total skor sebanyak 495. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan keamanan barang yang akan dikirim adalah sangat baik. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{495}{5 \times 140} \times 100\% = 71\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 71% berada pada rentang baik, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan keamanan barang yang akan dikirim.

- d. Pendapat responden terhadap etika dan sopan santun dalam melayani konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 25.

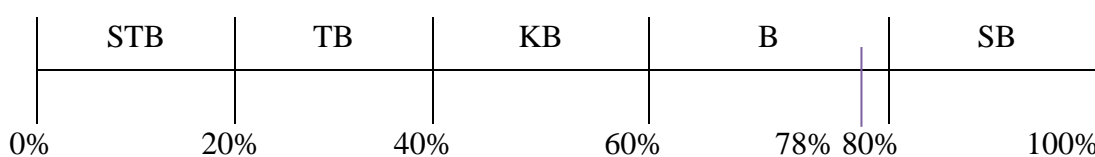
Penilaian responden terhadap etika dan sopan santun dalam melayani konsumen
Pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|------------------------|--------------|---------------|--------------------|-------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat baik | 5 | 66 | 47,14 | 330 |
| Baik | 4 | 29 | 20,71 | 126 |
| Kurang baik | 3 | 21 | 15,00 | 63 |
| Tidak baik | 2 | 15 | 10,71 | 30 |
| Sangat tidak baik | 1 | 9 | 6,43 | 9 |
| Total | | 140 | 100% | 548 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kualitas pelayanan kargo terhadap pernyataan etika dan sopan santun dalam melayani konsumen dengan jumlah presentase sebesar 47,14% responden memilih sangat baik, 20,71% responden memilih baik, 15,00% responden memilih kurang baik, 10,71% responden memilih tidak baik, dan 6,43% responden memilih sangat tidak baik. Total skor sebanyak 548. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan etika dan sopan santun dalam melayani konsumen adalah sangat baik. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{548}{5 \times 140} \times 100\% = 78\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 78% berada pada rentang baik, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan etika dan sopan santun dalam melayani konsumen.

5. Empati (*emphaty*)

- a. Pendapat responden terhadap karyawan memberikan perhatian dan kepedulian yang baik kepada konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 26.

Penilaian responden terhadap karyawan memberikan perhatian dan kepedulian yang baik kepada konsumen Pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|--------------------|-------|------------|-------------|------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat baik | 5 | 54 | 38,57 | 270 |
| Baik | 4 | 32 | 22,86 | 128 |
| Kurang baik | 3 | 24 | 17,14 | 72 |
| Tidak baik | 2 | 16 | 11,43 | 32 |
| Sangata tidak baik | 1 | 14 | 10,00 | 14 |
| Total | | 140 | 100% | 516 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kualitas pelayanan kargo terhadap pernyataan karyawan memberikan perhatian dan kepedulian yang baik kepada konsumen dengan jumlah presentase sebesar 38,57% responden memilih sangat baik, 22,86% responden memilih baik, 17,14% responden memilih kurang baik, 11,43% responden memilih tidak baik, dan 10,00% responden memilih sangat tidak baik. Total skor sebanyak 516. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan

karyawan memberikan perhatian dan kepedulian yang baik adalah sangat baik. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{516}{5 \times 140} \times 100\% = 74\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 74% berada pada rentang baik, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan karyawan memberikan perhatian dan kepedulian yang baik.

b. Pendapat responden terhadap hubungan yang baik dengan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

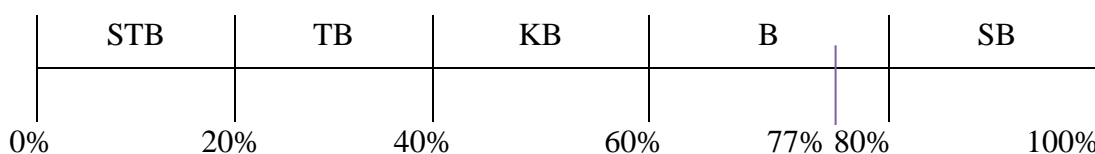
Tabel 27.
Penilaian responden terhadap hubungan yang baik dengan konsumen
Pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|------------------------|--------------|---------------|--------------------|-------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat baik | 5 | 63 | 45,00 | 315 |
| Baik | 4 | 30 | 21,43 | 120 |
| Kurang baik | 3 | 22 | 15,71 | 66 |
| Tidak baik | 2 | 14 | 10,00 | 28 |
| Sangat tidak baik | 1 | 11 | 7,86 | 11 |
| Total | | 140 | 100% | 540 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kualitas pelayanan kargo terhadap pernyataan hubungan yang baik dengan konsumen dengan jumlah presentase sebesar 45,00% responden memilih sangat baik, 21,43% responden memilih baik, 15,71% responden memilih kurang baik, 10,00% responden memilih tidak baik, dan 7,86% responden memilih sangat tidak baik. Total skor sebanyak 540. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan hubungan yang baik dengan konsumen adalah sangat baik. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{540}{5 \times 140} \times 100\% = 77\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 77% berada pada rentang baik, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan hubungan yang baik dengan konsumen.

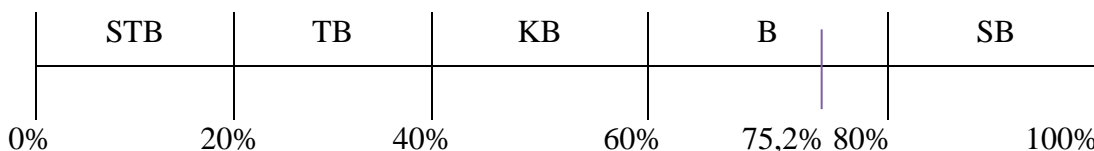
Tabel 28.

Hasil Rata-Rata Kualitas Pelayanan Pada PT.Bersaudara Garuda Nusanantara

| No | Kualitas Pelayanan | Tanggapan responden % |
|----|---|-----------------------|
| 1. | Berwujud (<i>Tangible</i>) | |
| | 1. Karyawan PT.Bersaudara Garuda Nusanantara berpenampilan sopan dan rapi selama proses pelayanan | 76 |
| | 2. Karyawan PT.Bersaudara Garuda Nusanantara menyamakan informasi dengan cara bicara mudah dimengerti | 74 |
| | 3. Karyawan PT.Bersaudara Garuda Nusanantara melayani konsumen dengan sopan dan ramah | 80 |
| 2. | Kehandalan (<i>Realibility</i>) | |
| | 4. PT.Bersaudara Garuda Nusanantara menangani dengan cepat dalam pelayanan pengiriman barang | 73 |
| | 5. Estimasi waktu sampainya barang sesuai dengan waktu yang sudah ditetapkan | 76 |
| | 6. PT.Bersaudara Garuda Nusanantara mengutamakan keselamatan barang agar diterima dalam keadaan utuh | 72 |
| 3. | Cepat tanggap (<i>Responsiveness</i>) | |
| | 7. PT.Bersaudara Garuda Nusanantara selalu sigap dalam membantu pemekingan barang yang akan dikirim | 72 |
| | 8. PT.Bersaudara Garuda Nusanantara menyediakan fasilitas kendaraan untuk mengantar dan menjemput barang | 72 |
| | 9. PT.Bersaudara Garuda Nusanantara menangani dengan cepat terhadap keluhan yang disampaikan konsumen | 80 |
| 4. | Jaminan (<i>Assurance</i>) | |
| | 10. Karyawan PT.Bersaudara Garuda Nusanantara memeberikan informasi tentang keunggulan perusahaan dbandingkan perusahaan ekspedisi atau kargo lainnya | 78 |
| | | 71 |

| | | |
|-----------|---|----------------|
| | 11. PT.Bersaudara Garuda Nusantara siap bertanggung jawab atas Keamanan barang yang akan dikirim 12. Etika dan sopan santun diberikan membuat saya tertarik menggunakan jasa pelayanan pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara | 78 |
| 5. | Empati (<i>emphaty</i>) 13. PT.Bersaudara Garuda Nusantara memberikan masukan sesuai yang diharapkan konsumen 14. PT.Bersaudara Garuda Nusantara memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen 15. PT.Bersaudara Garuda Nusantara memahami setiap keluhan yang disampaikan konsumen untuk kemudian dicari penyelesaiannya | 74 77 74 |
| Total | | 1.053 |
| N | | 14 |
| Rata-rata | | 75,2 |

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018



Berdasarkan data diatas dapat dilihat nilai rata-rata tanggapan responden yang berasal dari hasil pernyataan tiap indicator kualitas pelayanan, dan dapat diketahui bahwa hasil rata-rata tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara (Cargo) yaitu 75,2% yang artinya baik, dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara baik karena berada pada interval 60% - 80%.

4.3.2. Penerapan Kepuasan Konsumen pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara

1. Berwujud (*tangible*)

a. Pendapat responden pada tingkat kepuasan konsumen terhadap indikator berwujud (*tangible*) dengan pernyataan penampilan karyawan dalam bekerja pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dapat dilihat pada tabel berikut:

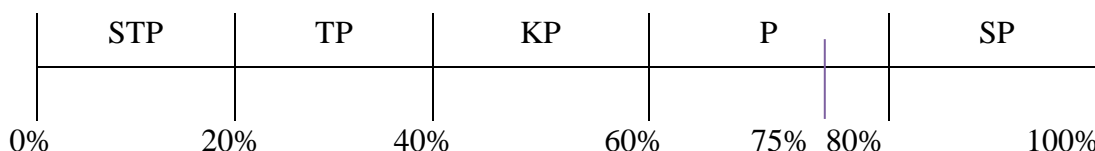
Tabel 29.
Penampilan karyawan dalam bekerja
Pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|------------------------|--------------|---------------|--------------------|-------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat puas | 5 | 51 | 36,43 | 255 |
| Puas | 4 | 47 | 33,57 | 188 |
| Kurang puas | 3 | 15 | 10,71 | 45 |
| Tidak puas | 2 | 13 | 9,29 | 26 |
| Sangat tidak puas | 1 | 14 | 10,00 | 14 |
| Total | | 140 | 100% | 528 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kepuasan konsumen terhadap pernyataan penampilan karyawan dalam bekerja pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dengan jumlah presentase sebesar 36,43% responden memilih sangat puas, 33,57% responden memilih puas, 10,71% responden memilih kurang puas, 9,29% responden memilih tidak puas, dan 10,00% responden memilih sangat tidak puas. Total skor sebanyak 528. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan penampilan karyawan dalam bekerja adalah sangat puas. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{528}{5 \times 140} \times 100\% = 75\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 75% berada pada rentang puas, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan penampilan karyawan dalam bekerja.

b. Pendapat responden pada tingkat kepuasan konsumen terhadap indikator berwujud (*tangible*) dengan pernyataan fasilitas dan sarana pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dapat dilihat pada tabel berikut:

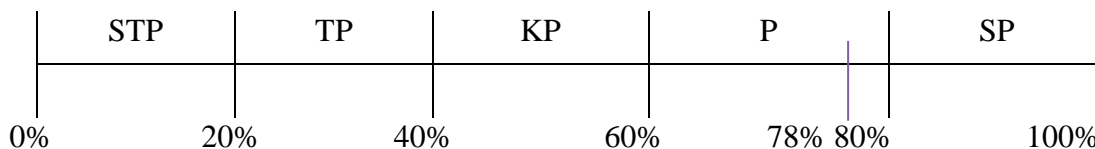
Tabel 30.
Fasilitas dan Sarana
Pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|------------------------|--------------|---------------|--------------------|-------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat puas | 5 | 59 | 42,14 | 295 |
| Puas | 4 | 41 | 29,29 | 164 |
| Kurang puas | 3 | 13 | 9,29 | 39 |
| Tidak puas | 2 | 20 | 14,29 | 40 |
| Sangat tidak puas | 1 | 7 | 5,00 | 7 |
| Total | | 140 | 100% | 545 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kepuasan konsumen terhadap pernyataan fasilitas dan sarana pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dengan jumlah presentase sebesar 42,14% responden memilih sangat puas, 29,29% responden memilih puas, 9,29% responden memilih kurang puas, 14,29% responden memilih tidak puas, dan 5,00% responden memilih sangat tidak puas. Total skor sebanyak 545. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan fasilitas dan sarana adalah sangat puas. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{545}{5 \times 140} \times 100\% = 78\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 78% berada pada rentang puas, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan fasilitas dan sarana.

- c. Pendapat responden pada tingkat kepuasan konsumen terhadap indikator berwujud (*tangible*) dengan pernyataan perlengkapan dan peralatan pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 31.
Perlengkapan dan peralatan
Pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara

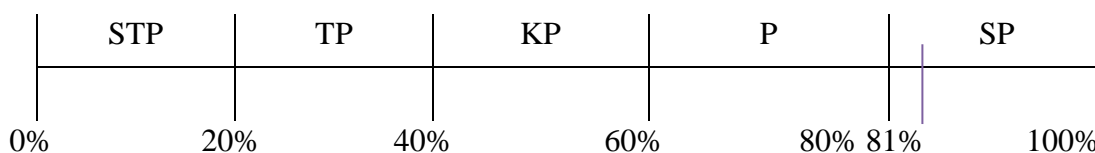
| Tingkat kinerja | | | | |
|------------------------|--------------|---------------|--------------------|-------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat puas | 5 | 64 | 45,71 | 320 |
| Puas | 4 | 44 | 31,43 | 176 |
| Kurang puas | 3 | 14 | 10,00 | 42 |

| | | | | |
|-------------------|---|------------|-------------|------------|
| Tidak puas | 2 | 10 | 7,14 | 20 |
| Sangat tidak puas | 1 | 8 | 5,71 | 8 |
| Total | | 140 | 100% | 566 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kepuasan konsumen terhadap pernyataan perlengkapan dan peralatan pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dengan jumlah presentase sebesar 45,71% responden memilih sangat puas, 31,43% responden memilih puas, 10,00% responden memilih kurang puas, 7,14% responden memilih tidak puas, dan 5,71% responden memilih sangat tidak puas. Total skor sebanyak 566. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan perlengkapan dan peralatan adalah sangat puas. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{566}{5 \times 140} \times 100\% = 81\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 81% berada pada rentang sangat puas, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan perlengkapan dan peralatan.

2. Keandalan (*reability*)

- Pendapat responden pada tingkat kepuasan konsumen terhadap indikator keandalan (*reability*) dengan pernyataan kecepatan karyawan dalam pelayanan pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dapat dilihat pada tabel berikut:

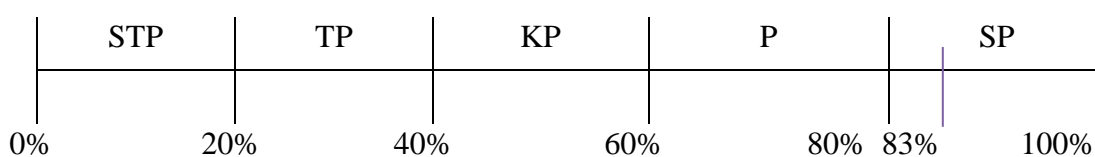
Tabel 32.
Kecepatan karyawan dalam pelayanan
Pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|------------------------|--------------|---------------|--------------------|-------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat puas | 5 | 65 | 46,43 | 325 |
| Puas | 4 | 44 | 31,43 | 176 |
| Kurang puas | 3 | 21 | 15,00 | 63 |
| Tidak puas | 2 | 6 | 4,29 | 12 |
| Sangat tidak puas | 1 | 4 | 2,86 | 4 |
| Total | | 140 | 100% | 580 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kepuasan konsumen terhadap pernyataan kecepatan karyawan dalam pelayanan pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara, dengan jumlah presentase sebesar 46,43% responden memilih sangat puas, 31,43% responden memilih puas, 15,00% responden memilih kurang puas, 4,29% responden memilih tidak puas, dan 2,86% responden memilih sangat tidak puas. Total skor sebanyak 580. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan kecepatan karyawan dalam pelayanan adalah sangat puas. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{580}{5 \times 140} \times 100\% = 83\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 83% berada pada rentang sangat puas, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan kecepatan karyawan dalam pelayanan.

- b. Pendapat responden pada tingkat kepuasan konsumen terhadap indikator kehandalan (*reability*) dengan pernyataan ketetapan waktu sampainya barang pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 33.
Ketetapan waktu sampainya barang
Pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara

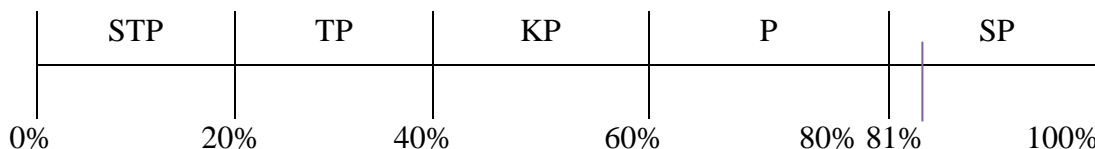
| Tingkat kinerja | | | | |
|-------------------|-------|------------|-------------|------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat puas | 5 | 55 | 39,29 | 275 |
| Puas | 4 | 54 | 38,57 | 216 |
| Kurang puas | 3 | 18 | 12,86 | 54 |
| Tidak puas | 2 | 8 | 5,71 | 16 |
| Sangat tidak puas | 1 | 5 | 3,57 | 5 |
| Total | | 140 | 100% | 566 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kepuasan konsumen terhadap pernyataan ketetapan waktu sampainya barang pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara, dengan jumlah presentase sebesar 39,29% responden memilih sangat puas, 38,57% responden memilih puas, 12,86% responden memilih kurang puas, 5,71% responden memilih tidak puas, dan 3,57% responden memilih sangat tidak puas. Total skor sebanyak 566. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan ketetapan

waktu sampainya barang adalah sangat puas. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{566}{5 \times 140} \times 100\% = 81\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 81% berada pada rentang sangat puas, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan ketetapan waktu sampainya barang.

c. Pendapat responden pada tingkat kepuasan konsumen terhadap indikator kehandalan (*reability*) dengan pernyataan barang diterima dalam keadaan utuh pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dapat dilihat pada tabel berikut:

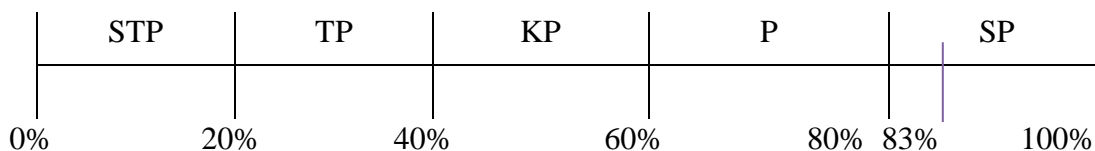
Tabel 34.
Barang diterima dalam keadaan utuh
Pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|------------------------|--------------|---------------|--------------------|-------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat puas | 5 | 67 | 47,86 | 335 |
| Puas | 4 | 46 | 32,86 | 184 |
| Kurang puas | 3 | 15 | 10,71 | 45 |
| Tidak puas | 2 | 7 | 5,00 | 14 |
| Sangat tidak puas | 1 | 5 | 3,57 | 5 |
| Total | | 140 | 100% | 583 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kepuasan konsumen terhadap pernyataan barang diterima dalam keadaan utuh pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dengan jumlah presentase sebesar 47,86% responden memilih sangat puas, 32,86% responden memilih puas, 10,71% responden memilih kurang puas, 5,00% responden memilih tidak puas, dan 3,57% responden memilih sangat tidak puas. Total skor sebanyak 583. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan barang diterima dalam keadaan utuh adalah sangat puas. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{583}{5 \times 140} \times 100\% = 83\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 83% berada pada rentang sangat puas, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan barang diterima dalam keadaan utuh.

3. Cepat tanggap (*responsiveness*)

a. Pendapat responden pada tingkat kepuasan konsumen terhadap indikator cepat tanggap (*responsiveness*) dengan pernyataan kesigapan dalam memebantu pengemasan barang pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dapat dilihat pada tabel berikut:

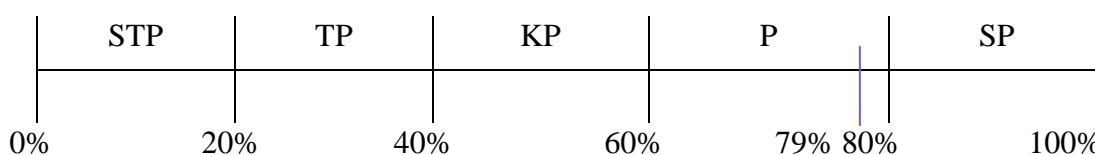
Tabel 35.
Kesigapan dalam memebantu pengemasan barang
Pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|--------------------|-------|------------|-------------|------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat puas | 5 | 45 | 32,14 | 225 |
| Puas | 4 | 59 | 42,14 | 236 |
| Kurang puas | 3 | 23 | 16,43 | 69 |
| Tidak puas | 2 | 7 | 5,00 | 14 |
| Sangata tidak puas | 1 | 6 | 4,29 | 6 |
| Total | | 140 | 100% | 550 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kepuasan konsumen terhadap pernyataan kesigapan dalam memebantu pengemasan barang pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dengan jumlah presentase sebesar 32,14% responden memilih sangat puas, 42,14% responden memilih puas, 16,43% responden memilih kurang puas, 5,00% responden memilih tidak puas, dan 4,29% responden memilih sangat tidak puas. Total skor sebanyak 550. Yang berarti jawaban respondeng dengan pernyataan kesigapan dalam membantu pengemasan barang adalah puas. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{550}{5 \times 140} \times 100\% = 79\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 79% berada pada rentang puas, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan kesigapan dalam membantu pengemasan barang.

b. Pendapat responden pada tingkat kepuasan konsumen terhadap indikator cepat tanggap (*responsiveness*) dengan pernyataan tersedianya layanan penjemputan kiriman didaerah tertentu pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dapat dilihat pada tabel berikut:

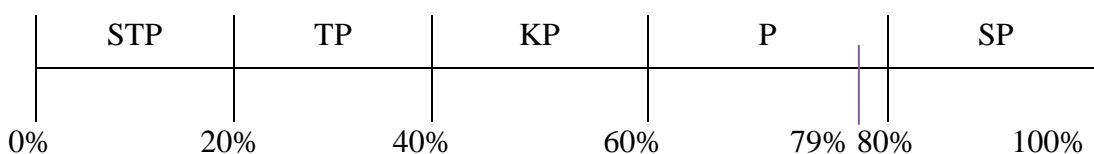
Tabel 36.
Tersedianya layanan penjemputan kiriman didaerah tertentu
Pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|------------------------|--------------|---------------|--------------------|-------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat puas | 5 | 58 | 41,43 | 290 |
| Puas | 4 | 46 | 32,86 | 184 |
| Kurang puas | 3 | 16 | 11,43 | 48 |
| Tidak puas | 2 | 11 | 7,86 | 22 |
| Sangat tidak puas | 1 | 9 | 6,43 | 9 |
| Total | | 140 | 100% | 553 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kepuasan konsumen terhadap pernyataan tersedianya layanan penjemputan kiriman didaerah tertentu pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dengan jumlah presentase sebesar 41,43% responden memilih sangat puas, 32,86% responden memilih puas, 11,43% responden memilih kurang puas, 7,86% responden memilih tidak puas, dan 6,43% responden memilih sangat tidak puas. Total skor sebanyak 553. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan tersedianya layanan penjemputan kiriman didaerah tertentu adalah sangat puas. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{553}{5 \times 140} \times 100\% = 79\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 79% berada pada rentang puas, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan tersedianya layanan penjemputan kiriman didaerah tertentu.

c. Pendapat responden pada tingkat kepuasan konsumen terhadap indikator cepat tanggap (*responsiveness*) dengan pernyataan menangani dengan cepat terhadap keluhan yang disampaikan konsumen pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 37.

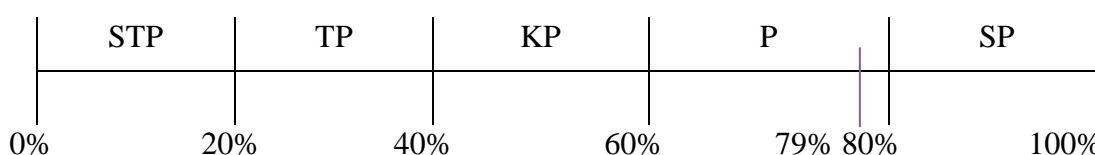
Menangani dengan cepat terhadap keluhan yang disampaikan konsumen Pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|-------------------|-------|------------|-------------|------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat puas | 5 | 70 | 50,00 | 350 |
| Puas | 4 | 30 | 21,43 | 120 |
| Kurang puas | 3 | 15 | 10,71 | 45 |
| Tidak puas | 2 | 12 | 8,57 | 24 |
| Sangat tidak puas | 1 | 13 | 9,29 | 13 |
| Total | | 140 | 100% | 552 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kepuasan konsumen terhadap pernyataan menangani dengan cepat terhadap keluhan yang disampaikan konsumen pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dengan jumlah presentase sebesar 50,00% responden memilih sangat puas, 21,43% responden memilih puas, 10,71% responden memilih kurang puas, 8,57% responden memilih tidak puas, dan 9,29% responden memilih sangat tidak puas. Total skor sebanyak 552. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan menangani dengan cepat terhadap keluhan yang disampaikan konsumen adalah sangat puas. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{552}{5 \times 140} \times 100\% = 79\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 79% berada pada rentang puas, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan menangani dengan cepat terhadap keluhan yang disampaikan konsumen.

4. Jaminan (*assurance*)

a. Pendapat responden pada tingkat kepuasan konsumen terhadap indikator jaminan (*assurance*) dengan pernyataan kemampuan memberikan pelayanan pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dapat dilihat pada tabel berikut:

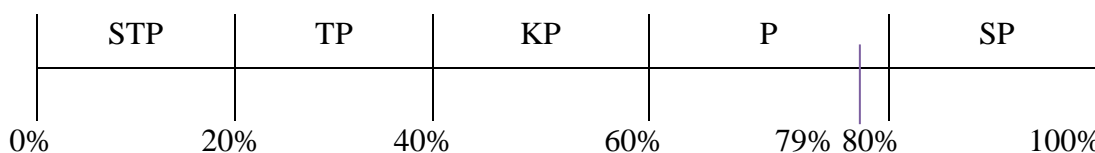
Tabel 38.
Kemampuan memberikan pelayanan
Pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|-------------------|-------|------------|-------------|------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat puas | 5 | 43 | 30,71 | 215 |
| Puas | 4 | 63 | 45,00 | 252 |
| Kurang puas | 3 | 25 | 17,86 | 75 |
| Tidak puas | 2 | 5 | 3,57 | 10 |
| Sangat tidak puas | 1 | 4 | 2,86 | 4 |
| Total | | 140 | 100% | 556 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kepuasan konsumen terhadap pernyataan kemampuan memberikan pelayanan pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dengan jumlah presentase sebesar 30,71% responden memilih sangat puas, 45,00% responden memilih puas, 17,86% responden memilih kurang puas, 3,57% responden memilih tidak puas, dan 2,86% responden memilih sangat tidak puas. Total skor sebanyak 556. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan kemampuan memberikan pelayanan adalah puas. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{556}{5 \times 140} \times 100\% = 79\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 79% berada pada rentang puas, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan kemampuan memberikan pelayanan.

- b. Pendapat responden pada tingkat kepuasan konsumen terhadap indikator jaminan (*assurance*) dengan pernyataan keamanan barang yang akan dikirim pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 39.
Keamanan barang yang akan dikirim
Pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara

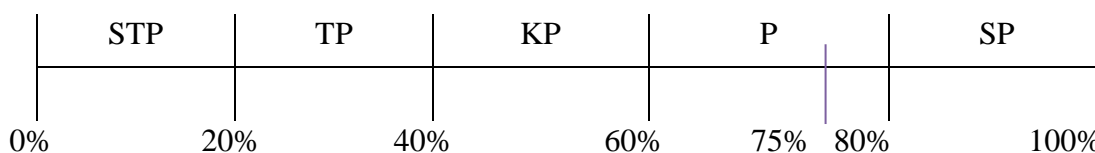
| Tingkat kinerja | | | | |
|-------------------|-------|--------|-------------|------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat puas | 5 | 50 | 35,71 | 250 |
| Puas | 4 | 48 | 34,29 | 192 |
| Kurang puas | 3 | 15 | 10,71 | 45 |
| Tidak puas | 2 | 13 | 9,29 | 26 |
| Sangat tidak puas | 1 | 14 | 10,00 | 14 |

| | | | | |
|--------------|--|------------|-------------|------------|
| Total | | 140 | 100% | 527 |
|--------------|--|------------|-------------|------------|

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kepuasan konsumen terhadap pernyataan keamanan barang yang akan dikirim pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara, dengan jumlah presentase sebesar 35,71% responden memilih sangat puas, 34,29% responden memilih puas, 10,71% responden memilih kurang puas, 9,29% responden memilih tidak puas, dan 10,00% responden memilih sangat tidak puas. Total skor sebanyak 527. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan keamanan barang yang akan dikirim adalah sangat puas. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{527}{5 \times 140} \times 100\% = 75\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 75% berada pada rentang puas, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan keamanan barang yang akan dikirim.

c. Pendapat responden pada tingkat kepuasan konsumen terhadap indikator jaminan (*assurance*) dengan pernyataan etika dan sopan santun dalam melayani konsumen pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 40.
Etika dan sopan santun dalam melayani konsumen
Pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara

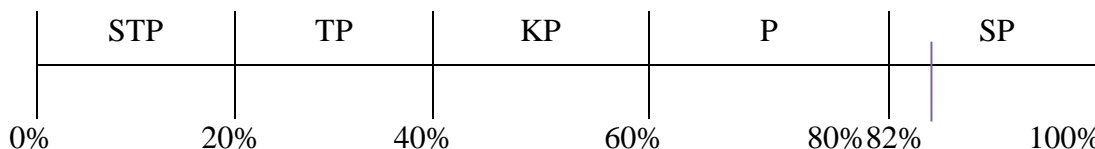
| Tingkat kinerja | | | | |
|------------------------|--------------|---------------|--------------------|-------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat puas | 5 | 60 | 42,86 | 300 |
| Puas | 4 | 51 | 36,43 | 204 |
| Kurang puas | 3 | 14 | 10,00 | 42 |
| Tidak puas | 2 | 12 | 8,57 | 24 |
| Sangat tidak puas | 1 | 3 | 2,14 | 3 |
| Total | | 140 | 100% | 573 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kepuasan konsumen terhadap pernyataan etika dan sopan santun dalam melayani konsumen pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara, dengan jumlah presentase sebesar 42,86% responden memilih sangat puas, 36,43% responden memilih puas, 10,00% responden memilih kurang puas, 8,57% responden memilih tidak puas, dan 2,14% responden memilih sangat tidak puas. Total skor sebanyak 573. Yang berarti jawaban responden

dengan pernyataan etika dan sopan santun dalam melayani konsumen adalah sangat puas. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{573}{5 \times 140} \times 100\% = 82\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 82% berada pada rentang sangat puas, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan etika dan sopan santun dalam melayani konsumen.

5. Empaty (*emphaty*)

a. Pendapat responden pada tingkat kepuasan konsumen terhadap indikator Empaty (*emphaty*) dengan pernyataan karyawan memberikan perhatian dan kepedulian yang baik kepada konsumen pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 41.

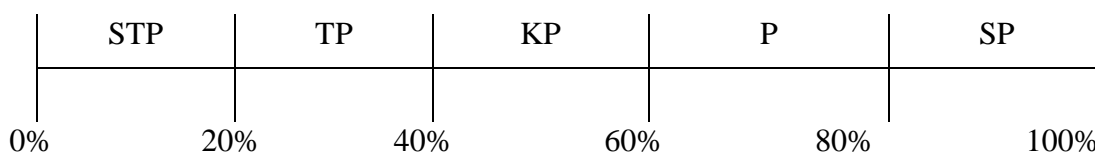
Karyawan memberikan perhatian dan kepedulian yang baik kepada konsumen
Pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|--------------------|-------|------------|-------------|------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat puas | 5 | 57 | 40,71 | 285 |
| Puas | 4 | 45 | 32,14 | 180 |
| Kurang puas | 3 | 25 | 17,86 | 75 |
| Tidak puas | 2 | 7 | 5,00 | 14 |
| Sangata tidak puas | 1 | 6 | 4,29 | 6 |
| Total | | 140 | 100% | 560 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kepuasan konsumen terhadap pernyataan karyawan memberikan perhatian dan kepedulian yang baik kepada konsumen pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dengan jumlah presentase sebesar 40,71% responden memilih sangat puas, 32,14% responden memilih puas, 17,86% responden memilih kurang puas, 5,00% responden memilih tidak puas, dan 4,29% responden memilih sangat tidak puas. Total skor sebanyak 560. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan karyawan memberikan perhatian dan kepedulian yang baik kepada konsumen adalah sangat puas.berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{560}{5 \times 140} \times 100\% = 80\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 80% berada pada rentang sangat puas, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan karyawan memberikan perhatian dan kepedulian yang baik kepada konsumen.

- b. Pendapat responden pada tingkat kepuasan konsumen terhadap indikator Empaty (*emphaty*) dengan pernyataan hubungan yang baik dengan konsumen pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dapat dilihat pada tabel berikut:

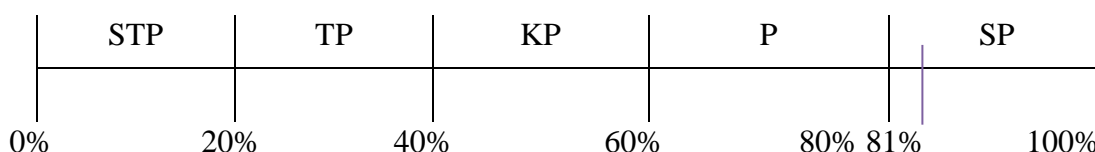
Tabel 42.
Hubungan yang baik dengan konsumen
Pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|------------------------|--------------|---------------|--------------------|-------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat puas | 5 | 70 | 50,00 | 350 |
| Puas | 4 | 32 | 22,86 | 128 |
| Kurang puas | 3 | 20 | 14,29 | 60 |
| Tidak puas | 2 | 10 | 7,14 | 20 |
| Sangat tidak puas | 1 | 8 | 5,71 | 8 |
| Total | | 140 | 100% | 566 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kepuasan konsumen terhadap pernyataan hubungan yang baik dengan konsumen pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dengan jumlah presentase sebesar 50,00% responden memilih sangat puas, 22,86% responden memilih puas, 14,29% responden memilih kurang puas, 7,14% responden memilih tidak puas, dan 5,71% responden memilih sangat tidak puas. Total skor sebanyak 566. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan hubungan yang baik dengan konsumen adalah sangat puas. Berikut perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{566}{5 \times 140} \times 100\% = 81\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 81% berada pada rentang sangat puas, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan hubungan yang baik dengan konsumen.

c. Pendapat responden pada tingkat kepuasan konsumen terhadap indikator empathy (*emphaty*) dengan pernyataan memahami kebutuhan konsumen pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dapat dilihat pada tabel berikut:

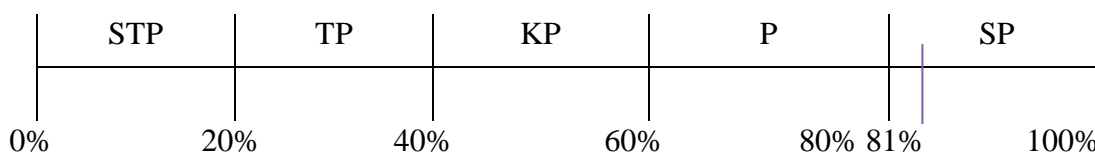
Tabel 43.
Memahami kebutuhan konsumen
Pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara

| Tingkat kinerja | | | | |
|--------------------|-------|------------|-------------|------------|
| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase% | Skor |
| Sangat puas | 5 | 65 | 46,43 | 325 |
| Puas | 4 | 40 | 28,57 | 160 |
| Kurang puas | 3 | 19 | 13,57 | 57 |
| Tidak puas | 2 | 9 | 6,43 | 18 |
| Sangata tidak puas | 1 | 7 | 5,00 | 7 |
| Total | | 140 | 100% | 567 |

Sumber : Data hasil kuesioner diolah, 2018

Berdasarkan penelitian pada 140 responden, tingkat kepuasan konsumen terhadap pernyataan memahami kebutuhan konsumen pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara, dengan jumlah presentase sebesar 46,43% responden memilih sangat puas, 28,57% responden memilih puas, 13,57% responden memilih kurang puas, 6,43% responden memilih tidak puas, dan 5,00% responden memilih sangat tidak puas. Total skor sebanyak 567. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan memahami kebutuhan konsumen adalah sangat puas. Berikut adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{567}{5 \times 140} \times 100\% = 81\%$$



Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan nilai 81% berada pada rentang sangat puas, artinya bahwa tanggapan yang menyatakan memahami kebutuhan konsumen.

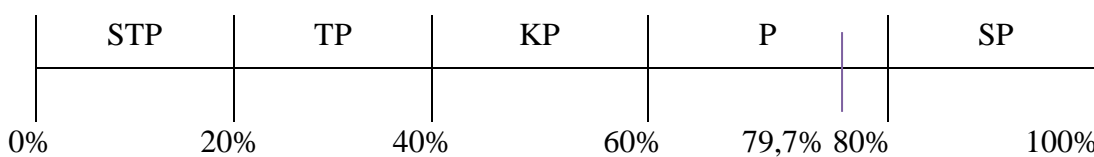
Tabel 44.

Hasil Rata-Rata Kepuasan Konsumen Pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara

| No | Kualitas Pelayanan | Tanggapan responden % |
|----|--|------------------------|
| 1. | Berwujud (<i>Tangible</i>) 1. Karyawan PT.Bersaudara Garuda Nusantara berpenampilan sopan dan rapi selama proses pelayanan 2. Karyawan PT.Bersaudara Garuda Nusantara menyamakan informasi dengan cara bicara mudah dimengerti 3. Karyawan PT.Bersaudara Garuda Nusantara melayani konsumen dengan sopan dan ramah | 75 78 81 |
| 2. | Kehandalan (<i>Realibility</i>) 4. PT.Bersaudara Garuda Nusantara menangani dengan cepat dalam pelayanan pengiriman barang 5. Estimasi waktu sampainya barang sesuai dengan waktu yang sudah ditetapkan 6. PT.Bersaudara Garuda Nusantara mengutamakan keselamatan barang agar diterima dalam keadaan utuh | 83 81 83 |
| 3. | Cepat tanggap (<i>Responsiveness</i>) 7. PT.Bersaudara Garuda Nusantara selalu sigap dalam membantu pemekingan barang yang akan dikirim 8. PT.Bersaudara Garuda Nusantara menyediakan fasilitas kendaraan untuk mengantar dan menjemput barang 9. PT.Bersaudara Garuda Nusantara menangani dengan cepat terhadap keluhan yang disampaikan konsumen | 79 79 79 |
| 4. | Jaminan (<i>Assurance</i>) 10. Karyawan PT.Bersaudara Garuda Nusantara memeberikan informasi tentang keunggulan perusahaan dbandingkan perusahaan ekspedisi atau kargo lainnya 11. PT.Bersaudara Garuda Nusantara siap bertanggung jawab atas Keamanan barang yang akan dikirim 12. Etika dan sopan santun diberikan membuat saya tertarik menggunakan jasa pelayanan pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara | 79 75 82 |
| 5. | Empati (<i>emphaty</i>) 13. PT.Bersaudara Garuda Nusantara memberikan masukan sesuai yang diharapkan konsumen | 80 |

| | | |
|-----------|--|-------|
| | 14. PT.Bersaudara Garuda Nusantara memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen | 81 |
| | 15. PT.Bersaudara Garuda Nusantara memahami setiap keluhan yang disampaikan konsumen untuk kemudian dicari penyelesaiannya | 81 |
| Total | | 1.196 |
| N | | 15 |
| Rata-rata | | 79,7 |

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018



Berdasarkan data diatas dapat dilihat nilai rata-rata tanggapan responden yang berasal

Dari hasil pernyataan tiap indicator kepuasan konsumen, dan dapat diketahui bahwa hasil rata-rata tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara (Cargo) yaitu 79,7% yang artinya baik, dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara baik karena berada pada interval 60% - 80%.

4.3.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara

Analisis korelasi rank spearman digunakan untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara. Berikut adalah hasil analisis korelasi rank spearman.

Tabel 45.
Hasil Analisis Korelasi Rank Spearman
Correlations

| | | KUALITAS PELAYANAN | KEPUASAN KONSUMEN |
|-----|---------------------|--------------------|-------------------|
| Kp1 | Pearson Correlation | 1.000 | ,385 |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 |
| | N | 140 | 140 |
| Kp2 | Pearson Correlation | ,385 | 1.000 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | |
| | N | 140 | 140 |
| Y | Pearson Correlation | ,385 | ,385 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 |
| | N | 140 | 140 |

**Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil perhitungan program SPSS diatas, dapat diketahui nilai korelasi Rank Spearman sebesar 0,385. Nilai tersebut menunjukkan kekuatan hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen adalah sedang.

4.3.4 Uji Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi terhadap variabel kepuasan konsumen. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada hasil perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= (0,385)^2 \times 100\% \\ &= 0,1482 \times 100\% \\ &= 14,82\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,1482 atau 14,82%. Hal ini menunjukkan bahwa 14,82% menunjukkan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi turun naiknya kepuasan konsumen pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara. Sedangkan 85,18% dipengaruhi oleh faktor lain diluar kepuasan konsumen.

4.3.5 Uji Hipotesis Koefisien Korelasi

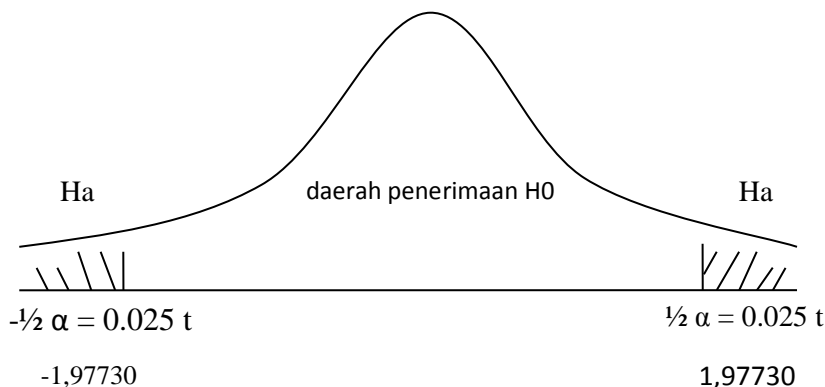
Uji hipotesis koefisien korelasi digunakan untuk melihat adakah hubungan yang nyata atau tidak antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, maka dilakukan uji hipotesis koefisien korelasi.

- a. Hipotesis Statistik
 - $H_0 : \rho = 0$ artinya tidak ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.
 - $H_a : \rho \neq 0$ artinya terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan
- b. Tingkat signifikan sebesar 5% maka nilai t tabel $0,05 : 2 = 0,025$ (uji dua sisi) dan dengan derajat kebebasan (df) $n - k$ atau (df) $140 - 2 = 138$ diperoleh nilai t tabel = 1,97730
- c. Mencari t hitung dengan rumus:

$$\begin{aligned} t_h &= r_s \frac{\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}} \\ &= \frac{0,385 \sqrt{140-2}}{\sqrt{(1-0,385^2)}} \\ &= \frac{0,385 \sqrt{138}}{\sqrt{0,851775}} \\ &= \frac{4,5227}{0,9229} \end{aligned}$$

$$= 4,9005$$

- d. Kriteria penilaian atau pengujian :
- H_0 ditolak apabila t hitung $>$ t tabel
 - H_a diterima apabila t hitung $>$ t tabel



Gambar 9

Uji Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai t hitung $>$ t tabel ($4,9005 > 1,97730$) atau jika dilihat nilai signifikasinya ternyata nilainya lebih kecil dari taraf nyata, dilihat pada (tabel 46), maka dapat diinterpretasikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

4.4 Interpretasi Penelitian

Kualitas pelayanan pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara adalah baik, hal ini dapat dibuktikan dari hasil tanggapan responden yang ada pada setiap indikator kualitas pelayanan adalah baik.

Kepuasan Konsumen pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara yang terdiri dari indikator kinerja dan harapan adalah baik. Hal ini dibuktikan dari hasil tanggapan responden yang ada pada setiap indikator kepuasan pelanggan adalah baik.

Kualitas pelayanan yang terdiri dari indikator Berwujud (*Tangible*), Keandalan (*Reability*), Cepat Tanggap (*Responsive*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*) berhubungan dengan kepuasan konsumen pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara, hal ini sama halnya dengan penelitian dari Andika Pandu Nusa (2017) dan Asyik Rifa'i Hadi (2012) yang memaparkan bahwa kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dibuktikan bahwa kualitas pelayanan mempunyai hubungan dengan kepuasan konsumen. konsumen cenderung menjadi kualitas layanan sebagai acuan sebelum menggunakan suatu produk atau jasa. Dengan demikian, perusahaan harus mampu menciptakan kualitas layanan yang baik sesuai dengan keinginan konsumen.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,9005. Dengan demikian nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,9005 > 1,97730$) yang artinya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan kata lain, variabel kualitas pelayanan mempunyai hubungan dengan variabel kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan hipotesis awal yang menyatakan terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara (cargo).

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis tentang Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara (cargo), maka pada bab penutup ini penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil rata-rata Kualitas pelayanan pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara sebesar 75,2% yang dimana setiap indikator dalam kualitas pelayanan yaitu berwujud (*tangible*), kehandalan (*realibility*), cepat tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), memiliki keterangan pada interval 60%-80% dengan keterangan baik. Hasil tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara adalah baik
2. Hasil rata-rata Kepuasan konsumen pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara sebesar 79,7% yang dimana setiap indikator dalam kualitas pelayanan yaitu berwujud (*tangible*), kehandalan (*realibility*), cepat tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), memiliki keterangan pada interval 60%-80% dengan keterangan baik. Hasil tersebut membuktikan bahwa konsumen sangat puas terhadap kualitas pelayanan pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara.
3. Hasil analisis untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara (cargo) diuraikan sebagai berikut:
 - a. Hasil koefisien korelasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sebesar 0,385 menunjukkan bahwa kedua variabel itu mempunyai hubungan yang sedang.
 - b. Koefisien detreminasi 0,1482 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi turun naiknya kepuasan konsumen sebesar 14,82% sedangkan 85,18% dipengaruhi oleh faktor lain diluar kepuasan konsumen.
 - c. Uji hipotesis koefisien korelasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen juga menunjukkan terdapat hubungan antara kedua variabel.

5.2 Saran

Saran-saran yang dikemukakan oleh penulis sesuai dengan pembahasan masalah mengenai “Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada PT. Bersaudara Garuda Nusantara (cargo)”, yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa rata-rata kualitas pelayanan adalah (75,2) dan masih terdapat nilai dibawah rata-rata yang perlu ditingkatkan kinerjanya adalah keamanan barang yang akan dikirim, keselamatan barang agar diterima dalam keadaan utuh, selalu sigap dalam membantu pemekingan barang, dan menyediakan fasilitas kendaraan, maka yang perlu disrankan oleh perusahaan adalah hrus cepat, tepat, aman dan penyediaan fasilitas kendaraan yang lebih.

2. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa rata-rata kepuasan konsumen adalah (79,7), dan masih terdapat nilai dibawah rata-rata yang perlu ditingkatkan kinerjanya adalah penampilan sopan dan rapi dan siap bertanggung jawab atas keamanan barang.
3. Perusahaan hendaknya melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan kinerja dari kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara (cargo), antara lain melakukan training terlebih dahulu kepada karyawan, meningkatkan hubungan baik dengan konsumen dengan cara memeberika perhatian kepada konsumen, dan perusahaan lebih mengedepankan keamananan, kecepatan dan kesigapan akan barang yang dikirim.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan . 2013. *Mrketing . dan Kasus-kasus Piihan*, Yogyakarta.
- Alma, Buchari, 2013. *Mnajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan 10. Bandung : Alfabeta.
- Alma, Buchari, 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung : Alfabeta.
- Ariani D Wahyu. 2009. *Manajemen Operasi Jasa*. Graha Ilmu. Jakarta.
- Arief. 2007. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Bayumedia Publishing, Malang.
- Dr. H. Bahrul Kirom. 2015. *Mengukur Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen*. Edisi keempat. Bandung-Jawa Barat
- Dutka, Alan. 2008. *AMA Hand Book For Customer NTC Bussines Book Lin Coinwood, Illinois*.
- Duwi Priyanto . 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Deliyanti Oentoro . 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Laks Bang Pressindo.
- Fandy Tjiptono, 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, dan Penelitian)*. Andi, Yogyakarta.
- Husein Umar. 2003. *Riset Prilaku Konsumen*. Gramedia, Jakarta.
- Imam Ghojali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 2012. *Principles Of Marketig. New Jersey* : Prentice Hal.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Kaller. “*Manajemen Pemasaran Edisi 2 Jilid . 2008*” Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemsaran. Edisi Milenium*. Prehalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management, Global Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Lovelock, Christopher & Wirtz. Jochen & Mussry, Jacky. 2011. *Pemasaran Jasa. Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Edisi pertama. BPFE-Yogyakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.

- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2011. *Service, Quality dan Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi Pertama*, Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*, Yogyakarta : Andi
- Yazid. 2012. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Edisi Kedua, Yogyakarta : Ekonosia.

Tabel 6
Hasil Pengujian Validitas Kualitas Pelayanan

| Item-total statistics | | | | |
|---|--|---------------------------|----------------------------------|----------|
| no | Indicator | r-tabel | Corrected Item-total correlation | Kriteria |
| | | Nilai yang Diharapkan 0,3 | >0,3 | Valid |
| Bukti langsung (<i>tangibles</i>) | | | | |
| 1 | Karyawan PT.Bersaudara Garuda Nusantara berpenampilan sopan dan rapi selama proses pelayanan | 0,3 | 643 | Valid |
| 2 | Karyawan PT.Bersaudara Garuda Nusantara menyampaikan informasi dengan cara bicara yang mudah dimengerti | 0,3 | 563 | Valid |
| 3 | Karyawan PT.Bersaudara Garuda Nusantara melayani konsumen dengan sopan dan ramah | 0,3 | 738 | Valid |
| Kehandalan (<i>reliability</i>) | | | | |
| 1 | PT.Bersaudara Garuda Nusantara memeberikan perhatian yang sama kepada semua konsumen | 0,3 | 654 | Valid |
| 2 | PT.Bersaudara Garuda Nusantara siap dalam memberikan pelayanan | 0,3 | 798 | Valid |
| 3 | PT.Bersaudara Garuda Nusantara memberikan informasi secara jelas mengenai fasilitas yang disediakan | 0,3 | 776 | Valid |
| Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) | | | | |
| 1 | PT.Bersaudara Garuda Nusantara menangani dengan cepat terhadap keluhan yang disampaikan konsumen | 0,3 | 880 | Valid |
| 2 | PT.Bersaudara Garuda Nusantara menjawab dengan cepat dan tanggap saat memberikan pelayanan | 0,3 | 581 | Valid |
| 3 | PT.Bersaudara Garuda Nusantara memberikan brosur untuk tmbahan informasi kepada konsumen | 0,3 | 754 | Valid |
| Jaminanan (<i>assurances</i>) | | | | |
| 1 | Karyawan PT.Bersaudara Garuda Nusantara memberi informasi tentang keunggulan perusahaan dibandingkan perusahaan ekspedisi atau kargo lainnya | 0,3 | 764 | Valid |
| 2 | PT.Bersaudara Garuda Nusantara memeberi informasi secara lengkap mengenai jasa yang disediakan | 0,3 | 756 | Valid |
| 3 | Informasi yang diberikan membuat saya tertarik menggunakan fasilitas yang disediakan PT.Bersaudara Garuda Nusantara | 0,3 | 838 | Valid |

| Empati (<i>empathy</i>) | | | | |
|--------------------------------|---|-----|-----|-------|
| 1 | PT.Bersaudara Garuda Nusantara memberikan masukan sesuai yang diharapkan konsumen | 0,3 | 854 | Valid |
| 2 | PT.Bersaudara Garuda Nusantara memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen | 0,3 | 691 | Valid |

Sumber : Data diolah SPSS 23 (2018)

Berdasarkan uji coba validitas variabel kualitas pelayanan pada $n = 30$ $r_{\text{tabel}} 0,3$ dengan $\alpha = 0,05$,dapat dilihat dari tabel diatas dikolom corrected item total correlation maka sebanyak 14 butir pertanyaan adalah valid karena $r > r_{\text{tabel}} 0,3$.

KUESIONER

“HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. BESAUDARA GARUDA NUSANTARA (CARGO)”

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara

Responden sepeda PT. Bersaudara Garuda Nusantara

Dengan Hormat,

Perkenalkan nama saya Sunarty Sri Syahyani Saputri NPM : 021114126, mahasiswa Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen di Universitas Pakuan Bogor yang saat ini sedang mengadakan penelitian. Saya sangat menghargai kejujuran dalam mengisi kuisisioner ini dan saya menjamin kerahasiaan Bapak/Ibu/saudara terkait dengan kuisisioner ini. Hasil survey ini semata-mata digunakan untuk tujuan penelitian dan bukan sama sekali untuk tujuan komersial.

Terima kasih atas partisipasi Anda menjadi salah satu responden yang secara suka rela mengisi kuisisioner ini.

Hormat saya

Sunarty Sri Syahyani Saputri

A. Identitas Responden

1. Alamat :
2. Jenis Kelamin : [] Laki-laki
[] Perempuan
3. Usia

| | |
|--------------|--------------|
| a. 18 – 27th | d. 48 – 57th |
| b. 28 – 37th | e. >58 |
| c. 38 – 47th | |
4. Pekerjaan

| | |
|----------------------|-------------------|
| a. Pelajar/mahasiswa | c. Pegawai Swasta |
| b. Pegawai Negeri | d. Wiraswasta |
5. Pendapatan Perbulan

| | |
|--------------------------------|---------------------------------|
| a. ≤ Rp 3.000.000 | c. Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000 |
| b. Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000 | d. >Rp 10.000.000 |

B. Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen

Isilah pertanyaan di bawah ini dengan cara memberikan tanda ceklis (✓) pada kolom yang telah tersedia sesuai keadaan yang Anda alami.

Keterangan Pengisian :

Kinerja:

1. = Sangat tidak Setujuh (STS)
2. = Tidak Setujuh (TS)
3. = Kurang setujuh (KS)
4. = Setujuh (S)
5. = Sangat Setujuh (SS)

A. KUALITAS

| | Pertanyaan | Kualitas | | | | |
|-----|---|------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| | | STS | TS | KS | S | SS |
| | Bukti langsung (<i>tangibles</i>) | | | | | |
| 1. | Karyawan PT.Bersaudara Garuda Nusantara berpenampilan sopan dan rapi selama proses pelayanan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. | Karyawan PT.Bersaudara Garuda Nusantara menyampaikan informasi dengan cara bicara yang mudah dimengerti | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. | Karyawan PT.Bersaudara Garuda Nusantara melayani konsumen dengan sopan dan ramah | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Kehandalan (<i>reliability</i>) | STS | TS | KS | S | SS |
| 4. | PT.Bersaudara Garuda Nusantara menangani dengan cepat dalam pelayanan pengiriman barang | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. | Estimasi waktu sampainya barang sesuai dengan waktu yang sudah ditetapkan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. | PT.Bersaudara Garuda Nusantara mengutamakan keselamatan barang agar diterima dalam keadaan utuh | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) | STS | TS | KS | S | SS |
| 7. | PT.Bersaudara Garuda Nusantara selalu sigap dalam membantu pemekingan barang yang akan dikirim | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. | PT.Bersaudara Garuda Nusantara menyediakan fasilitas kendaraan untuk mengantar dan menjemput barang | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. | PT.Bersaudara Garuda Nusantara menangani dengan cepat terhadap keluhan yang disampaikan konsumen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Jaminanan (<i>assurances</i>) | STS | TS | KS | S | SS |
| 10. | Karyawan PT.Bersaudara Garuda Nusantara memberi informasi tentang | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | | |
|-----|--|------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| | keunggulan perusahaan dibandingkan perusahaan ekspedisi atau kargo lainnya | | | | | |
| 11. | PT.Bersaudara Garuda Nusantara siap bertanggung jawab atas keamanan barang yang akan dikirim | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. | Etika dan sopan santun yang diberikan membuat saya tertarik menggunakan jasa pelayanan pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Empati (empathy) | STS | TS | KS | S | SS |
| 13. | PT.Bersaudara Garuda Nusantara memberikan masukan sesuai yang diharapkan konsumen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. | PT.Bersaudara Garuda Nusantara memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

B. KEPUASAN

| | Pertanyaan | Kepuasan | | | | |
|----|---|------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| | | STS | TS | KS | S | SS |
| | Bukti langsung (tangibles) | | | | | |
| 1. | Karyawan PT.Bersaudara Garuda Nusantara berpenampilan sopan dan rapi selama proses pelayanan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. | Karyawan PT.Bersaudara Garuda Nusantara menyampaikan informasi dengan cara bicara yang mudah dimengerti | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. | Karyawan PT.Bersaudara Garuda Nusantara melayani konsumen dengan sopan dan ramah | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Kehandalan (reliability) | STS | TS | KS | S | SS |
| 4. | PT.Bersaudara Garuda Nusantara menangani dengan cepat dalam pelayanan pengiriman barang | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. | Estimasi waktu sampainya barang sesuai dengan waktu yang sudah ditetapkan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. | PT.Bersaudara Garuda Nusantara mengutamakan keselamatan barang agar diterima dalam keadaan utuh | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Daya tanggap (responsiveness) | STS | TS | KS | S | SS |
| 7. | PT.Bersaudara Garuda Nusantara selalu sigap dalam membantu pemekingan barang yang akan dikirim | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. | PT.Bersaudara Garuda Nusantara menyediakan fasilitas kendaraan untuk mengantar dan menjemput barang | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | | |
|-----|--|------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| 9. | PT.Bersaudara Garuda Nusantara menangani dengan cepat terhadap keluhan yang disampaikan konsumen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Jaminanan (assurances) | STS | TS | KS | S | SS |
| 10. | Karyawan PT.Bersaudara Garuda Nusantara memberi informasi tentang keunggulan perusahaan dibandingkan perusahaan ekspedisi atau kargo lainnya | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. | PT.Bersaudara Garuda Nusantara siap bertanggung jawab atas keamanan barang yang akan dikirim | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. | Etika dan sopan santun yang diberikan membuat saya tertarik menggunakan jasa pelayanan pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Empati (empathy) | STS | TS | KS | S | SS |
| 13. | PT.Bersaudara Garuda Nusantara memberikan masukan sesuai yang diharapkan konsumen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. | PT.Bersaudara Garuda Nusantara memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15. | PT.Bersaudara Garuda Nusantara memahami setiap keluhan yang disampaikan konsumen untuk kemudian dicari penyelesaiannya | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Koding Kualitas Pelayanan
Pada PT. Bersaudsara Garuda Nusantara

| No | Tangible | | | Reliability | | | Responsiveness | | | Assurance | | | Emphaty | | |
|----|----------|---|---|-------------|---|---|----------------|---|---|-----------|---|---|---------|---|---|
| 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 5 |
| 2 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 5 |
| 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 2 | 5 | 1 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 1 | 5 | 5 | 1 | 5 | 1 | 4 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 1 | 2 | 5 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 6 | 4 | 5 | 1 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 1 |
| 7 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 1 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 8 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 9 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 2 | 3 | 1 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 |
| 10 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 |
| 11 | 3 | 1 | 4 | 2 | 5 | 2 | 4 | 2 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 |
| 12 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 |
| 13 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 14 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 1 | 3 | 1 | 4 | 5 | 5 | 3 | 1 | 1 |
| 15 | 1 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 16 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 1 | 5 | 1 | 3 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 17 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 18 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| 19 | 5 | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 20 | 3 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| 21 | 4 | 4 | 5 | 1 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 3 | 1 |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 1 | 5 | 5 |
| 23 | 3 | 2 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 1 | 4 | 5 | 5 | 1 | 3 |
| 24 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 25 | 3 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 26 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 1 | 5 | 4 |
| 27 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 28 | 5 | 5 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 |
| 29 | 4 | 1 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 1 |
| 30 | 5 | 5 | 4 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 31 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 1 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 32 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 |
| 33 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 1 | 4 | 1 | 1 | 4 | 5 | 2 | 3 |
| 34 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 35 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 5 | 4 | 2 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 1 |
| 36 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 |
| 37 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 38 | 5 | 1 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 39 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 |
| 40 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 41 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 1 | 5 | 3 | 1 | 1 |
| 42 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 1 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 43 | 2 | 2 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 |
| 44 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 | 5 | 2 | 4 |
| 45 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 46 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 48 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 |
| 49 | 3 | 5 | 5 | 3 | 1 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 1 | 1 | 1 |
| 50 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 1 | 5 | 1 | 5 | 3 |
| 51 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 |
| 52 | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 | 5 | 4 | 1 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 53 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 |
| 54 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 2 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 |
| 56 | 5 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 |
| 57 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 |
| 58 | 4 | 2 | 5 | 1 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 1 | 3 | 4 | 1 | 5 |
| 59 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 60 | 2 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 1 | 3 | 5 | 2 | 4 | 5 | 1 | 5 | 5 |
| 61 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 1 | 3 | 4 |
| 62 | 3 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 1 | 5 | 5 | 4 | 2 |
| 63 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 2 | 5 | 4 |
| 64 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 3 |
| 65 | 1 | 5 | 3 | 3 | 5 | 1 | 5 | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 3 | 5 | 4 |
| 66 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 2 |
| 67 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 68 | 5 | 2 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 1 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 69 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 | 5 |
| 70 | 3 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 3 | 4 |
| 71 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 72 | 5 | 1 | 4 | 5 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 73 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 4 |
| 74 | 2 | 2 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 2 |
| 75 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 |
| 76 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 4 |
| 77 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 1 | 1 | 5 |
| 78 | 2 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 79 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 80 | 5 | 1 | 4 | 3 | 5 | 4 | 1 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 81 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 5 | 5 |
| 82 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 4 |
| 83 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 3 |
| 84 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 85 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 1 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 |
| 86 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 |
| 87 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 1 | 5 |
| 88 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 1 | 2 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 89 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 |
| 90 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 1 | 5 | 4 | 4 |
| 91 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 |
| 92 | 5 | 1 | 4 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| 93 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 2 | 5 |
| 94 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 | 5 | 2 |
| 95 | 5 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 1 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 |
| 96 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 1 | 2 | 5 | 4 |
| 97 | 5 | 4 | 4 | 1 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 |
| 98 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 99 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 100 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 101 | 2 | 2 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 |
| 102 | 5 | 3 | 3 | 1 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 |
| 103 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 | 2 |
| 104 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 1 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 105 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 |
| 106 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 107 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 108 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 |
| 109 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 110 | 5 | 2 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 |
| 111 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 | 2 | 3 | 1 | 5 | 5 | 4 |
| 112 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 113 | 5 | 4 | 3 | 5 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 4 |
| 114 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 |
| 115 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 116 | 3 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 |
| 117 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 118 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 |
| 119 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 5 | 1 | 5 | 2 | 2 |
| 120 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 121 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 122 | 5 | 3 | 3 | 5 | 2 | 5 | 3 | 2 | 5 | 3 | 3 | 5 | 2 | 3 | 2 |
| 123 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 124 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 2 | 2 | 5 | 3 | 5 | 3 |
| 125 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 |
| 126 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 |
| 127 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 4 | 2 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 128 | 3 | 5 | 4 | 2 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 129 | 5 | 2 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 130 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 131 | 2 | 3 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 3 |
| 132 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 2 | 2 |
| 133 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 2 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 134 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 1 | 2 | 5 | 4 |
| 135 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 2 | 3 | 4 |
| 136 | 5 | 5 | 3 | 1 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 3 | 2 | 2 |
| 137 | 4 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 2 | 5 | 3 | 5 | 3 |
| 138 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 2 | 4 |
| 139 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 1 | 2 | 5 | 4 |
| 140 | 2 | 5 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 |

Koding Kepuasan Konsumen
Pada PT.Bersaudara Garuda Nusantara

| No | Tangible | | | Reliability | | | Responsiveness | | | Assurance | | | Emphaty | | |
|----|----------|---|---|-------------|---|---|----------------|---|---|-----------|---|---|---------|---|---|
| 1 | 3 | 5 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 2 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 2 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 2 | 1 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 6 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 3 | 3 |
| 7 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 1 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 8 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 1 | 5 | 4 | 3 | 5 | 1 |
| 9 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 |
| 10 | 3 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 5 | 4 | 3 |
| 11 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 1 |
| 12 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 13 | 5 | 1 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 5 | 4 | 2 | 4 |
| 14 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 1 |
| 15 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| 16 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 17 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 1 | 5 | 2 | 1 |
| 18 | 3 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 19 | 5 | 5 | 1 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 1 |
| 20 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 21 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 |
| 22 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 1 | 1 | 4 | 4 | 5 |
| 23 | 5 | 1 | 4 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 |
| 24 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 1 | 1 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 1 |
| 25 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 1 | 2 | 4 | 5 | 5 |
| 26 | 4 | 2 | 1 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 5 |
| 27 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 28 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 29 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 2 | 3 | 5 | 5 | 2 | 5 |
| 30 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 31 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 1 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 32 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 4 | 5 | 2 | 5 | 3 | 1 |
| 33 | 4 | 1 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 34 | 5 | 5 | 1 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 35 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 36 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 |
| 37 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 2 |
| 38 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 39 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 5 |
| 40 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 41 | 2 | 4 | 5 | 1 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 42 | 4 | 5 | 1 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 44 | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 3 | 4 | 5 |
| 45 | 2 | 2 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| 46 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 47 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 1 | 5 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| 49 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 |
| 50 | 4 | 4 | 1 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 51 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 5 |
| 52 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 53 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 1 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 54 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 1 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 |
| 55 | 4 | 2 | 1 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 5 | 4 |
| 56 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 57 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 2 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| 58 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 59 | 2 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 2 | 4 | 5 |
| 60 | 4 | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 4 |
| 61 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 1 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 62 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 63 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 2 |
| 64 | 2 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 5 | 5 |
| 65 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 66 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 67 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 68 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 1 | 4 | 2 | 5 | 3 |
| 69 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 70 | 5 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 71 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 |
| 72 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 |
| 73 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 |
| 74 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 |
| 75 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 76 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 77 | 3 | 2 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 1 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 4 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 |
| 79 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 80 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 |
| 81 | 5 | 2 | 2 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 3 |
| 82 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 2 | 4 | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 83 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 84 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 |
| 85 | 1 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 |
| 86 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 |
| 87 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 88 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 |
| 89 | 1 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 1 | 5 | 3 | 5 | 2 |
| 90 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 1 | 5 |
| 91 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 1 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 92 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 93 | 1 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 |
| 94 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 95 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 |
| 96 | 5 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 1 | 3 | 5 | 4 | 5 |
| 97 | 1 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 1 | 4 |
| 98 | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 |
| 99 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 1 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 |
| 100 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 101 | 4 | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| 102 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 103 | 1 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 104 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 1 | 1 | 5 |
| 105 | 5 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 106 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 107 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 108 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 109 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 110 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 |
| 111 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 |
| 112 | 1 | 5 | 4 | 4 | 5 | 1 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 113 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 2 | 5 | 1 | 1 | 5 |
| 114 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 115 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 116 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 117 | 1 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 |
| 118 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 119 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 120 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 1 | 1 | 5 |
| 121 | 1 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 122 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 123 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 124 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| 125 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 126 | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 127 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 128 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 1 | 4 |
| 129 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 130 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 131 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 132 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 133 | 1 | 3 | 5 | 4 | 3 | 1 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 134 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 |
| 135 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 136 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 137 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 138 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 139 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 140 | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 4 |



PT BERSAUDARA GARUDA NUSANTARA
Jalan Mayor Oking Jayaatmaja No 45 Cibinong - Bogor
Telp: 021.87904881 - 0813.11688177 - 0858.13795556 - 0878.72255955
Fax: 021.87904881
Email: ganex.cargo@hotmail.com

SURAT KETERANGAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Sefdinofery
Jabatan : Manager HRGA
Alamat : Jl. Mayor Oking Jayaatmaja No. 45 Cibinong - Bogor

Menerangkan Bahwa :

Nama : Sunarty Sri Syahyani Saputri
NPM : 021114126
Fakultas : Ekonomi Manajemen

Pada bulan Agustus 2017 telah melakukan penelitian pada perusahaan kami, Demikian surat keterangan ini dibuat dan agar dapat dipergunakan semestinya.

Bogor, 29 Juni 2018

Hormat Kami,

Sefdino Fery
Manager