

BAB V

ANALISIS DAN INTERPRETASI

5.1. Analisis Data

5.1.1. Analisis Hasil Pengujian

a. Uji Kecukupan Data

Untuk menentukan jumlah sampel atribut penelitian, maka digunakan perhitungan *Bernoulli* ukuran sampel minimum. Dari perhitungan yang telah dilakukan, didapat bahwa jumlah sampel penelitian yang diperlukan minimal sebesar 73 responden. Pada penelitian ini penulis menetapkan 80 responden sehingga telah memenuhi syarat kecukupan *Bernoulli*

b. Uji Validitas Data

Uji validitas dilakukan pada semua atribut, yaitu atribut persepsi pelanggan, harapan pelanggan dan tingkat kepentingan pelanggan. Dari semua atribut terdapat 4 yang dinyatakan tidak valid yaitu atribut bernomer 13 (pihak laundry selalu menawarkan bantuan kepada pelanggan) dengan nilai r hitung 0,152, atribut nomor 15 (pihak laundry dengan cepat dan tanggap dalam menyelesaikan semua keluhan dari pelanggan) dengan nilai r hitung 0,188, atribut nomor 16 (pihak laundry memasang harga wajar pada setiap item cucian) dengan nilai r hitung 0,048, dan atribut nomor 18 (pihak laundry mempunyai karyawan dengan pengetahuan yang luas dan tepat mengenai jenis cucian beserta noda yang melekat) dengan nilai r hitung 0,048. Empat atribut tersebut tidak valid dikarenakan nilai r hitung dari atribut tersebut lebih kecil dari nilai r tabel yakni 0,223.

c. Uji Reliabilitas Data

Hasil uji reliabilitas dinyatakan bahwa semua data (persepsi pelanggan, harapan pelanggan, dan tingkat kepentingan pelanggan) adalah reliabel. Hal ini disebabkan hasil semua atribut mempunyai koefisien *Alpha* yang cukup besar yaitu di atas 0,6 dari perhitungan data diperoleh nilai *alpha* persepsi sebesar 0,934, *alpha* harapan sebesar 0,928 dan *alpha* tingkat kepentingan sebesar 0,886, sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing pertanyaan

dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini handal dan dapat dipercaya kebenarannya karena nilai *cronbach's alpha* antara 0,00 – 1.

5.1.2. Analisa Gap Servqual

Dari hasil pengolahan data untuk nilai *servqual* (*Gap*) per atribut antara persepsi dan harapan mahasiswa didapatkan hasil *gap* tertinggi adalah pada atribut pihak *laundry* bertanggung jawab terhadap jumlah cucian jika terjadi kehilangan atau kerusakan dengan nilai -1,313 dan nilai *gap* terendah pada atribut pihak *laundry* selalu menanyakan kabar kepada pelanggan dengan nilai 0,300, hasil perhitungan bisa dilihat pada tabel daftar *gap* di bawah ini:

Tabel 5.1 *Gap Servqual*

Atribut Pelayanan	<i>Gap</i>	<i>Rank</i>
Pihak <i>laundry</i> bertanggung jawab terhadap jumlah cucian jika terjadi kehilangan atau kerusakan.	-1,313	1
Pihak <i>laundry</i> memiliki ruang penyimpanan cucian yang memadai dan terjaga privasinya.	-1,225	2
Pihak <i>laundry</i> didalam mengidentifikasi noda cucian akurat.	-1,213	3
Pihak <i>laundry</i> memiliki tata letak ruangan rapi dan nyaman.	-0,963	4
Pihak <i>laundry</i> telah memiliki gedung yang bersih dan terawat.	-0,788	5
Pihak <i>laundry</i> memenuhi pelayanan yang telah dijanjikan kepada pelanggan.	-0,725	6
Pihak <i>laundry</i> dapat menyelesaikan orderan tepat waktu.	-0,613	7
Pihak <i>laundry</i> memberikan penjelasan mengenai permasalahan yang terjadi pada cucian.	-0,613	8
Pihak <i>laundry</i> memiliki gedung yang terlihat menarik dilihat dari luar dan dalam.	-0,525	9
Pihak <i>laundry</i> memberi tahu lamanya proses pencucian.	-0,425	10
Pihak <i>laundry</i> dengan cepat merespon keinginan pelanggan.	-0,338	11
Pihak <i>laundry</i> telah memberikan pelayanan yang cepat dan tidak berbelit-belit.	-0,388	12
Pihak <i>laundry</i> memberikan pelayanan tanpa memandang status.	-0,275	13
Pihak <i>laundry</i> mempunyai karyawan dengan kinerja baik.	-0,250	14
Pihak <i>laundry</i> memiliki peralatan dan teknologi terbaru (modern).	-0,063	15

Setelah diketahui nilai *gap servqual* pada setiap atribut, maka selanjutnya atribut dengan nilai negatif akan menjadi *voice of customer* di dalam *house of quality* yang akan diolah lebih lanjut untuk mendapatkan perbaikan.

5.1.3. Analisa House of Quality

a. Voice of Customer

Voice of customer adalah atribut yang paling penting bagi pelanggan dan merupakan langkah awal dalam pembuatan rumah kualitas. *Voice of customer* ini menggambarkan keinginan dari pelanggan terhadap pelayanan yang ada. Dalam hal ini atribut dengan nilai *gap* negatif dari hasil pengolahan metode *servqual* akan dijadikan *Voice of customer*, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.2 *Voice of Customer*

No	Voice of Customer
1	Pihak <i>laundry</i> bertanggung jawab terhadap jumlah cucian jika terjadi kehilangan atau kerusakan.
2	Pihak <i>laundry</i> memiliki ruang penyimpanan cucian yang memadai dan terjaga privasinya.
3	Pihak <i>laundry</i> didalam mengidentifikasi noda cucian akurat.
4	Pihak <i>laundry</i> memiliki tata letak ruangan rapi dan nyaman.
5	Pihak <i>laundry</i> telah memiliki gedung yang bersih dan terawat.
6	Pihak <i>laundry</i> memenuhi pelayanan yang telah dijanjikan kepada pelanggan.
7	Pihak <i>laundry</i> dapat menyelesaikan orderan tepat waktu.
8	Pihak <i>laundry</i> memberikan penjelasan mengenai permasalahan yang terjadi pada cucian.
9	Pihak <i>laundry</i> memiliki gedung yang terlihat menarik dilihat dari luar dan dalam.
10	Pihak <i>laundry</i> memberi tahu lamanya proses pencucian.
11	Pihak <i>laundry</i> dengan cepat merespon keinginan pelanggan.
12	Pihak <i>laundry</i> telah memberikan pelayanan yang cepat dan tidak berbelit-belit.
13	Pihak <i>laundry</i> memberikan pelayanan tanpa memandang status.
14	Pihak <i>laundry</i> mempunyai karyawan dengan kinerja baik.
15	Pihak <i>laundry</i> memiliki peralatan dan teknologi terbaru (modern).

b. Respon teknis

Respon teknis merupakan respon pihak *laundry* Thoyyiba terhadap keinginan pelanggan yang telah diolah menggunakan metode *servqual*. Berdasarkan

informasi dan wawancara dari pihak *laundry* Thoyyiba, didapatkan daftar respon teknis sebagai berikut:

Tabel 5.3 Respon Teknis

No	Respon Teknis
1	Menata kembali <i>layout</i> ruangan (<i>relayout</i>).
2	Menerapkan program 5R (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, dan Rajin).
3	Menyediakan layanan konsultasi.
4	Menambahkan layanan berbasis media sosial (BBM, WhatsApp, E-Mail, dll).
5	Mengevaluasi terhadap keinginan pelanggan.
6	Mengadakan <i>training</i> tentang jenis noda serta penanganannya.
7	Menanamkan sifat etos kerja pada karyawan.
8	Mengadakan <i>training communication skill</i> .
9	Memberikan ganti rugi
10	Membuat blanko keluhan dan kotak saran

c. *Importance to Customer*

Hasil dari perhitungan nilai tingkat kepentingan dari *voice of customer* yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai tertinggi terdapat pada atribut Pihak laundry dapat menyelesaikan orderan tepat waktu dengan nilai sebesar 4,763. Nilai terendah didapatkan dari atribut Pihak laundry memberikan penjelasan mengenai permasalahan yang terjadi pada cucian dengan nilai sebesar 4,013.

d. *Customer Satisfaction Performance* dan *Competitive Satisfaction Performance*

Customer satisfaction performance digunakan untuk mengetahui nilai kepuasan pelanggan terhadap layanan yang telah diberikan oleh *laundry* Thoyyiba. Sedangkan *Competitive satisfaction performance* digunakan untuk mengetahui nilai kepuasan pelanggan terhadap jasa pesaing, dalam hal ini pesaing dari *laundry* Thoyyiba adalah Pro *laundry*. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 4.15 dan tabel 4.16.

e. *Goal*

Goal merupakan hasil dari nilai tingkat harapan dalam kuesioner yang ingin dicapai untuk memenuhi kebutuhan setiap kebutuhan pelanggan *laundry* Thoyyiba. Nilai goal terbesar terdapat pada atribut pihak *laundry* memiliki tata letak ruangan rapi dan nyaman dengan nilai sebesar 4,400, sedangkan nilai terendah terdapat pada atribut pihak *laundry* memiliki peralatan dan teknologi terbaru (modern) dengan nilai sebesar 3,950.

f. *Improvement Ratio*

Improvement ratio digunakan untuk menunjukkan perbandingan antara *goal* dengan tingkat kepuasan yang diperoleh pelanggan. Dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai tertinggi terdapat pada atribut pihak *laundry* bertanggung jawab terhadap jumlah cucian jika terjadi kehilangan atau kerusakan. dengan nilai sebesar 1,429, sedangkan nilai terendah terdapat pada atribut pihak *laundry* memiliki peralatan dan teknologi terbaru (modern) dengan nilai sebesar 1,016.

g. *Sales point*

Sales point ditentukan oleh pihak *laundry* Thoyyiba, nilai ini memaparkan tingkat kepentingan yang dapat diperoleh apabila dilakukan perbaikan dan penyempurnaan atribut yang terpilih sebagai *voice of customer*. Nilai *sales point* dapat dilihat pada tabel 4.19.

h. *Raw Weight and Normalized Raw Weight*

Raw weight and normalized raw weight digunakan untuk mengetahui besarnya perbaikan suatu kriteria *voice of customer*. Perhitungan *raw weight* melibatkan *importance to customer*, *improvement ratio*, dan *sales point*. Sedangkan *normalized raw weight* merupakan normalisasi dari nilai *raw weight* dibagi dengan total jumlah *raw weight*. Nilai terbesar dari *raw weight* terdapat pada atribut pihak *laundry* bertanggung jawab terhadap jumlah cucian jika terjadi kehilangan atau kerusakan dengan nilai sebesar 9.482, sedangkan nilai terendah terdapat pada atribut Pihak *laundry* memiliki gedung yang terlihat menarik dilihat dari luar dan dalam. dengan nilai sebesar 4.869.

i. *Priorities*

Priorities merupakan langkah selanjutnya untuk melakukan formulasi dari hasil target spesifikasi jasa. Formulasi ini berguna untuk *laundry* Thoyyiba sebagai acuan untuk mengembangkan jasa dan dapat digunakan sebagai informasi mengenai kualitas jasa pesaingnya, sehingga memudahkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan respon teknis yang telah dijabarkan. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa respon teknis menanamkan sifat etos kerja pada karyawan mendapatkan prioritas pertama, sedangkan respon teknis membuat blanko keluhan dan kotak saran mendapatkan prioritas terakhir.

j. *Benchmarking*

Benchmarking adalah salah satu dari alat untuk mengidentifikasi, memahami performansi dari *laundry* Thoyyiba. Tujuan penilaian untuk pesaing (*Pro laundry*) adalah membandingkan kinerja guna meningkatkan kualitas pelayanan yang ada di *laundry* Thoyyiba. Hasil perhitungan *benchmarking* meliputi *Own Performance* dan *Competitive Benchmark* yang dapat dilihat pada tabel 4.22.

5.2. Interpretasi

5.2.1. Interpretasi Hasil Pengujian

a. Uji Kecukupan Data

Berdasarkan perhitungan *Bernoulli* ukuran sampel minimum. Dari perhitungan yang telah dilakukan, didapat bahwa jumlah sampel penelitian yang diperlukan minimal sebesar 73 responden. Pada penelitian ini penulis menetapkan 80 responden sehingga telah memenuhi syarat kecukupan *Bernoulli*

b. Uji Validitas Data

Berdasarkan uji validitas dilakukan pada semua atribut, yaitu atribut persepsi pelanggan, harapan pelanggan dan tingkat kepentingan pelanggan. Dari semua atribut terdapat 4 yang dinyatakan tidak valid yaitu atribut bernomer 13 (pihak *laundry* selalu menawarkan bantuan kepada pelanggan), atribut nomor 15 (pihak *laundry* dengan cepat dan tanggap dalam menyelesaikan semua keluhan dari pelanggan), atribut nomor 16 (pihak *laundry* memasang harga wajar pada setiap item cucian), dan atribut nomor 18 (pihak *laundry* mempunyai karyawan

dengan pengetahuan yang luas dan tepat mengenai jenis cucian beserta noda yang melekat).

c. Uji Reliabilitas Data

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dinyatakan bahwa semua data (persepsi pelanggan, harapan pelanggan, dan tingkat kepentingan pelanggan) adalah reliabel. Hal ini disebabkan hasil semua atribut mempunyai koefisien *Alpha* yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing pertanyaan dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini handal dan dapat dipercaya kebenarannya karena nilai cronbach's alpha antara 0,00 – 1.

5.2.2. Interpretasi *Gap Servqual*

Kualitas layanan tiap atribut direpresentasikan dengan nilai *gap* yang diperoleh dari hasil perhitungan. *Gap* dengan nilai *negative* menunjukkan bahwa kualitas layanan suatu atribut yang telah diberikan kepada pelanggan dinilai kurang baik sehingga perlu ditingkatkan. Idealnya nilai *gap* sama dengan nol, dimana nilai persepsi sama dengan harapan dari pelanggan, sehingga dapat dikatakan persepsi sudah sesuai dengan harapan yang mengidentifikasikan atribut layanan, untuk itu atribut harus dipertahankan.

Apabila nilai *gap* adalah positif, itu artinya persepsi melebihi harapan dari pelanggan. Semakin besar nilai *negative* suatu *gap*, maka atribut tersebut kurang baik dimata pelanggan dan menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kualitasnya. Dari hasil perhitungan nilai *gap servqual* per atribut dari selisih tingkat persepsi dengan harapan menunjukkan sampai sejauh mana pihak *laundry* Thoyyiba telah memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

Peran bobot dalam *gap* akan memberikan tingkat kepentingan seberapa jauh peran setiap atribut dalam memberikan peningkatan kualitas pelayanan. Hasil *gap* terbesar terdapat pada atribut pihak *laundry* bertanggung jawab terhadap jumlah cucian jika terjadi kehilangan atau kerusakan, dapat diartikan bahwa pihak *laundry* Thoyyiba masih kurang bertanggung jawab dengan cucian para pelanggan. Sedangkan untuk nilai *gap* terkecil terdapat pada atribut pihak *laundry* selalu menanyakan kabar kepada pelanggan, dan dapat diartikan bahwa pihak *laundry*

Thoyyiba sudah baik dalam berkomunikasi sesuai dengan keinginan pelanggan. Rangkings *gap servqual* dapat dilihat pada tabel 5.1

5.2.3. Interpretasi *House of Quality*

Dari hasil penyusunan rumah kualitas menghasilkan langkah perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang ada di *laundry* Thoyyiba. *Voice of customer* didapat dari hasil pengolahan data *servqual* yaitu atribut dengan nilai *gap* negatif. Respon teknis yang mempunyai prioritas perbaikan paling utama adalah respon teknis yang mempunyai nilai *normalized contributions* terbesar yaitu menanamkan sifat etos kerja pada karyawan, sehingga dapat mengurangi keluhan yang timbul pada pelanggan.

Hasil penyusunan rumah kualitas memberikan rekomendasi prioritas langkah-langkah perbaikan layanan di *laundry* Thoyyiba yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.4 Prioritas Perbaikan Pelayanan

Priorities	Respon Teknis	Voice of Customer
1	Menanamkan sifat etos kerja pada karyawan.	Pihak laundry bertanggung jawab terhadap jumlah cucian jika terjadi kehilangan atau kerusakan. Pihak laundry dengan cepat merespon keinginan pelanggan. Pihak laundry telah memberikan pelayanan yang cepat dan tidak berbelit-belit. Pihak laundry mempunyai karyawan dengan kinerja baik.
2	Mengevaluasi terhadap keinginan pelanggan.	Pihak laundry memenuhi pelayanan yang telah dijanjikan kepada pelanggan. Pihak laundry dapat menyelesaikan orderan tepat waktu. Pihak laundry dengan cepat merespon keinginan pelanggan.
3	Menata kembali <i>layout</i> ruangan (<i>relayout</i>).	Pihak laundry memiliki ruang penyimpanan cucian yang memadai dan terjaga privasinya. Pihak laundry memiliki tata letak ruangan rapi dan nyaman. Pihak laundry memiliki gedung

		yang terlihat menarik dilihat dari luar dan dalam.
4	Mengadakan <i>training communication skill</i> .	Pihak laundry memberi tahu lamanya proses pencucian. Pihak laundry memberikan pelayanan tanpa memandang status.
5	Menyediakan layanan konsultasi.	Pihak laundry memenuhi pelayanan yang telah dijanjikan kepada pelanggan. Pihak laundry memberikan penjelasan mengenai permasalahan yang terjadi pada cucian. Pihak laundry telah memberikan pelayanan yang cepat dan tidak berbelit-belit.
6	Menerapkan program 5R (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, dan Rajin).	Pihak laundry memiliki ruang penyimpanan cucian yang memadai dan terjaga privasinya. Pihak laundry memiliki tata letak ruangan rapi dan nyaman. Pihak laundry telah memiliki gedung yang bersih dan terawat.
7	Menambahkan layanan berbasis media sosial (BBM, WhatsApp, E-Mail, dll).	Pihak laundry bertanggung jawab terhadap jumlah cucian jika terjadi kehilangan atau kerusakan. Pihak laundry memberi tahu lamanya proses pencucian.
8	Mengadakan <i>training</i> tentang jenis noda serta penanganannya.	Pihak laundry didalam mengidentifikasi noda cucian akurat. Pihak laundry mempunyai karyawan dengan kinerja baik.
9	Memberikan ganti rugi	Pihak laundry bertanggung jawab terhadap jumlah cucian jika terjadi kehilangan atau kerusakan. Pihak laundry mempunyai karyawan dengan kinerja baik.
10	Membuat blanko keluhan dan kotak saran	Pihak <i>laundry</i> memiliki peralatan dan teknologi terbaru (modern). Pihak laundry memberikan pelayanan tanpa memandang status.