

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* DALAM RANGKA MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN UNIT BOBCAT DI PT INTRACO PENTA WAHANA

Andhika Permana¹, Vivi Lusia, Meilan Agustin²

Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik Universitas Borobudur

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam rangka meningkatkan omset penjualan di perusahaan.

Sampel yang digunakan sebanyak 30 responden, teknik pengumpulan data berupa kuesioner dan variabel penelitiannya adalah Kinerja Perusahaan (X) dan Harapan Pelanggan (Y). Peneliti menggunakan alat bantu Excel 2007 dan SPSS 17. Berdasarkan analisis regresi linear secara parsial atau terpisah dan uji regresi secara gabungan dari lima indikator, terlihat bahwa pada saat dilakukan uji regresi secara parsial sebanyak 4 indikator yaitu Keandalan, Keresponsifan, Empati dan Berwujud terbukti tidak ada pengaruh yang signifikan antara kinerja dan kepuasan pelanggan. Berbeda dengan pengujian regresi secara menyeluruh dari setiap indikator, di dapatkan hasil yaitu adanya pengaruh yang signifikan antara kinerja dan kepuasan pelanggan. Hal itu dibuktikan dari uji hipotesa (uji f) yaitu uji serentak karena tiap-tiap indikator tidak bisa berdiri sendiri yakni diterimanya H_a yakni ada pengaruh yang signifikan antara kinerja terhadap kepuasan pelanggan

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Tingginya tingkat persaingan di bidang konstruksi dan alat berat beberapa tahun belakangan ini, khususnya untuk unit jenis *compact loader dan mini excavator* mendorong perusahaan untuk semakin inovatif dan harus mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan-perubahan yang terjadi. Kepuasan ataupun ketidakpuasan pelanggan menjadi hal yang penting bagi sebuah perusahaan, kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan. Pada dasarnya, pengertian kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jadi, pengertian kepuasan pelanggan berarti bahwa kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan.

Pengukuran kepuasan pelanggan menyangkut 3 faktor, yaitu :

1. Pilihan tentang ukuran kinerja yang tepat
2. Proses pengukuran secara normatif

¹ Alumni Fakultas Teknik Universitas Borobudur, Jakarta

² Dosen Fakultas Teknik Universitas Borobudur, Jakarta

3. Instrumen dan teknik pengukuran yang dipergunakan untuk menciptakan suatu indikator.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004:145).

Tabel 1.1
Sebaran Perusahaan Yang Bergerak Di Bidang Konstruksi Dan Alat Berat

NO	NAMA PERUSAHAAN	BIDANG	ALAMAT
1	PT Intraco Penta Tbk	Konstruksi dan Alat Berat	Jl. Raya Cakung Cilincing Km 3,5 Jakarta Utara
2	PT Trakindo Utama	Konstruksi dan Alat Berat	Jl. Raya Cilandak Kko, Ragunan Pasar Minggu, Jakarta Selatan
3	PT United Tractors Tbk	Konstruksi dan Alat Berat	Jl. Raya Bekasi KM. 22, Cakung Barat, Jakarta Timur
4	PT Kobexindo Tractors Tbk	Konstruksi dan Alat Berat	Jl. Pasir Putih Raya Blok E5-D Ancol, Pademangan Jakarta Utara

Sumber : Divisi *Marketing* PT Intraco Penta Wahana

PT Intraco Penta, Tbk (INTA) merupakan perusahaan penyedia solusi peralatan berat di Indonesia. Jenis produk yang diageni perusahaan seperti peralatan konstruksi Volvo, yang menduduki peringkat empat dunia di industri alat-alat konstruksi, Ingersoll-Rand Doosan yang populer di bidang konstruksi, dan aneka produk Bobcat, Mahindra Selain itu juga menghadirkan Palfinger crane, serta berbagai merek terkemuka lainnya.

PT Intraco Penta bukan hanya menjual peralatan-peralatan konstruksi, tapi juga kebutuhan-kebutuhan lain seperti *Component Rebuild Centre* (CRC), persediaan suku cadang, dan konsinyasi kepada pelanggan untuk memastikan agar peralatan mereka bisa beroperasi secara terus menerus tanpa ada gangguan yang berarti. Dalam segi jasa perbaikan, melalui Kontrak Pemeliharaan Terpadu, yakni suatu program yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan di tempat kerja mereka, para pelanggan akan merasa tenang karena ada jaminan peralatan mereka meraih tingkat produktivitas yang tinggi. Bahkan jika dikehendaki pelanggan dapat juga membawa peralatan mereka ke salah satu dari bengkel-bengkel yang tersebar di seluruh Nusantara.

INTA sebagai Penyedia Solusi Total, Tidak sekedar menjual produk, tetapi juga menawarkan pembiayaan peralatan kepada para pelanggan, untuk melengkapi diri sebagai Penyedia Solusi Total. Sebagai bagian dari strategi

korporasi, program ini didukung penuh oleh PT Intan Baruna Finance (IBF), perusahaan pembiayaan alat berat ritel yang diakuisisi INTA Finance, anak perusahaan yang dimiliki sepenuhnya oleh INTA pada tahun 2003.

Untuk menyempurnakan konsep Penyedia Solusi Total, INTA menerapkan budaya yang mencakup *Care*, *Excellence*, dan *Synergy* (INTAces). INTA akan terus memainkan peranan penting dengan pendekatan istimewanya dalam melayani pelanggan: *No Limits to Caring* atau Kepedulian Tiada Batas.

1.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel *reliability* terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk menganalisis pengaruh variabel *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk menganalisis pengaruh variabel *assurance* terhadap kepuasan konsumen.
4. Untuk menganalisis pengaruh variabel *empathy* terhadap kepuasan konsumen.
5. Untuk menganalisis pengaruh variabel *tangible* terhadap kepuasan konsumen.

II. KAJIAN TEORITIS

Dalam konteks yang lebih luas pemasaran adalah suatu upaya mengantarkan perusahaan mencapai tujuan melalui pemenuhan kebutuhan-kebutuhan manusia. Untuk melakukan pemasaran, maka manager pemasaran sebagai salah satu fungsi perusahaan harus mengenali seluk beluk kebutuhan manusia dengan memberikan kepuasan bagi tamu.

Menurut Stanton (2001), definisi pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Dalam pemasaran terdapat produk sebagai kebutuhan dan keinginan orang lain yang memiliki nilai sehingga diminta dan terjadinya proses permintaan karena ada yang melakukan pemasaran.

Strategi pemasaran perusahaan Jasa, kotler (2004) salah satunya dapat dilihat dari bauran pemasaran yaitu *product*, *price*, *place* atau *distribution* dan *promotion*. Dalam pemasaran jasa yang sebagian besar berhubungan langsung dengan manusia sehingga membuat perbedaan atas hasil kepuasan pelanggan. Untuk itu pemasaran jasa perlu memperhatikan unsur lainnya yaitu *people*, *physicalevidence* dan *process*.

Bisnis jasa lebih cenderung memberikan pelayanan kepada konsumen dengan berhubungan langsung, bisnis jasa mengukur keberhasilan strategi pemasaran dengan tingkat **kepuasan** yang diperoleh konsumen.

Strategi ampuh dalam menghadapi persaingan bisnis jasa adalah dengan memfokuskan produknya dengan menggunakan strategi produk, selain itu memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para konsumen. Strategi-strategi ini sangatlah ampuh dalam menghadapi para kompetitor dan merebut *market share* di dalam bisnis industri jasa. Dalam Strategi Fokus dan Penggolongan Jasa Pelengkap (Lovelock dan Wright) memiliki fokus produk pelayanan jasa di masing-masing bidang, dengan fokus jasa pada perusahaan-perusahaan atau perorangan yang membutuhkan.

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Para ahli ekonomi memiliki definisi yang berbeda-beda mengenai jasa. Menurut Rangkuti (2003 : 26) jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tidak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut.

Mowen and Minor (2002) mengatakan kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Kepuasan pelanggan yaitu dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga dapat disimpulkan pula bahwa kepuasan pelanggan itu sendiri dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

III. METODE PENELITIAN

a. Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penilaian kinerja dan harapan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat harapan oleh PT Intraco Penta Wahana. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor harapan berdasarkan skala linkert yang dibuat. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini terdapat 2 buah variabel yang diwakili oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan. Sedangkan Y merupakan tingkat harapan pelanggan.

Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} X 100\%$$

Dimana Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor penilaian harapan pelanggan

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat harapan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan :

$$X = \frac{\sum Xi}{n} \quad Y = \frac{\sum Yi}{n}$$

Dimana : X = Skor rata-rata tingkat kinerja atau kepuasan

Y = Skor rata-rata tingkat harapan

n = Jumlah responden

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X, Y) dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja atau kepuasan pelanggan, seluruh faktor atau atribut Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Seluruhnya ada 10 faktor atau atribut. Selanjutnya ada K faktor dimana K = 10.

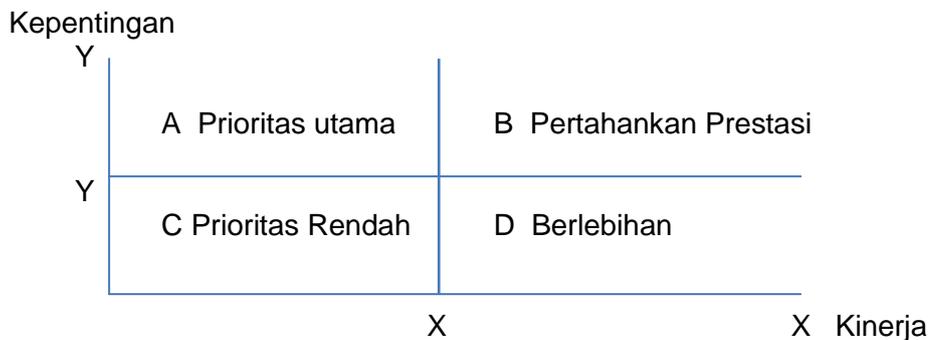
Rumus :

$$X = \frac{\sum_{i=1}^K Xi}{K} \quad Y = \frac{\sum_{i=1}^K Yi}{K}$$

Dimana K = Banyaknya atribut/fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (dalam contoh soal ini K = 10)

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius seperti pada Gambar 2.1 Selain dari itu, bisa juga dilakukan analisis korelasi data kualitatif untuk mengetahui seberapa dekat hubungan antara tingkat pendapatan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Gambar 2.1
Tingkat Kepentingan Dan Kinerja Berdasarkan Kuadran



Keterangan :

- A. Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan. Termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan. Sehingga mengecewakan atau tidak puas.
- B. Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan. Untuk wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
- C. Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- D. Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

b. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi juga dapat digunakan untuk melakukan pengendalian (kontrol) terhadap suatu kasus atau hal-hal yang sedang diamati melalui penggunaan model regresi yang diperoleh. Analisis regresi merupakan bagian integral dalam peramalan. Regresi linier sederhana, yaitu regresi linier yang hanya melibatkan 2 variabel (variabel x dan y). Persamaan regresi linier dari X terhadap Y dirumuskan:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

- Y = Variabel terikat (Harapan) a = Intersep
- X = Variabel bebas (Kinerja) b = Koefisien regresi/slop

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebaran data penjualan unit tipe *Compact Loader* PT Intraco Penta Wahana dan Kompetitor dalam beberapa tahun terakhir yaitu :

Tabel 4.1 Data Penjualan Unit

NO	PERUSAHAAN	TAHUN		
		2014	2015	2016
1	PT Intraco Penta Wahana	65 %	68 %	60 %
2	PT Trakindo Utama	15 %	10 %	10 %
3	PT United Tractors Tbk	10 %	7 %	10 %
4	PT Kobexindo Tractors Tbk	10 %	15 %	20 %

Sumber : *Product Manager Bobcat (Divisi Marketing)*

Data diatas adalah sebaran penjualan selama 3 tahun terakhir ke belakang, ketatnya persaingan antar perusahaan dengan ditunjukkannya data penjualan yang fluktuatif dari tahun ke tahun. Dalam hal ini PT Intraco Penta Wahana selalu melakukan perbaikan dalam hal penjualan dan pelayanan yang prima terhadap pelanggan. Dengan perbaikan dan pelayanan yang prima diharapkan pelanggan dapat bertambah dan pelanggan yang sudah mempercayakan dapat tetap dipertahankan. Saat ini jumlah Perusahaan (customer) yang mengadakan kerja sama kontrak kerja (kontrak service) dengan PT Intraco Penta Wahana sebanyak 15 perusahaan. Data penjualan unit bobcat tahun 2016 periode bulan Januari sampai dengan bulan September adalah sebanyak 56 unit.yaitu :

Tabel 4.2 Data Penjualan Unit Bobcat 2016

No	Kota	Tipe	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Total
1	Jakarta	S 570	1		1		1	1		2	2	8
		S 450		1		2		1	2	1		7
		S 650							1			1
2	Surabaya	S 570	1	2	1		1		1	1	2	7
		S 450			1	1	1			1		6
		S 650						1				1
3	Pangkalan Bun	S 570	1							1		2
		E 45		1		1	1		1	1		5
4	Banjarmasin	E45					1			1		2
		S 650									1	1
5	Palembang	S 570			1	1					1	3
		S 450								2		2
6	Pekanbaru	E45		2	1			1	1			5
7	Samarinda	S 570							1	2		3
8	Manado	E45		1								1
		S 450	1								1	2
Total keseluruhan												56

Sumber : *Product Manager Bobcat (Divisi Marketing)*

4.1. Hasil Perhitungan Analisis Keandalan

Tabel 4.3. Data Analisis Keandalan

NO	PENILAIAN	KINERJA PERUSAHAAN					HARAPAN PELANGGAN						
		SB	B	CB	KB	TB	BOBOT	SP	P	CP	KP	TP	BOBOT
1	Ketepatan dan waktu tiba pada saat service unit	5	4	3	2	1	*	5	4	3	2	1	*
2	Pelayanan yang ramah saat melakukan service unit	0	8	20	2	0	96	15	16	1	0	0	132
3	Pelayanan yang tepat waktu pada saat service unit	0	9	21	0	0	99	9	21	0	0	0	129
4	pelayanan karyawan yang handal untuk pelanggan	10	16	4	0	0	126	24	6	0	0	0	144
5	Karyawan tidak melakukan kesalahan dalam pekerjaaan service unit	10	16	4	0	0	126	21	9	0	0	0	141
6	Pemenuhan pelayanan yang dijanjikan perusahaan	1	3	26	0	0	95	6	23	1	0	0	125
7	Perhatian yang diberikan untuk pelanggan	1	24	5	0	0	116	4	24	2	0	0	122
8	Bertanggung jawab terhadap kerjaaan service unit	5	24	1	0	0	124	23	6	1	0	0	142
9	Kelengkapan, kerapuhan, kebersihan alat-alat service yang digunakan	1	24	5	0	0	116	4	25	1	0	0	123
10	Jam kerja yang sesuai untuk pelanggan diwaktu penting	0	5	25	0	0	95	5	24	1	0	0	124

Sumber : Hasil Olah Data Penulis

4.2. Hasil Perhitungan Analisis Keresponsifan

Tabel 4.4. Data Analisis Keresposifan

NO	PENILAIAN	KINERJA PERUSAHAAN					HARAPAN PELANGGAN						
		SB	B	CB	KB	TB	BOBOT	SP	P	CP	KP	TP	BOBOT
		5	4	3	2	1	*	5	4	3	2	1	*
1	Kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul	1	17	12	0	0	109	22	7	1	0	0	141
2	Kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan	3	16	11	0	0	112	17	12	1	0	0	136
3	Karyawan dapat mengasikan dengan pasti lapan pelayanan yang dibutuhkan terlaksana	1	9	20	0	0	101	11	18	1	0	0	130
4	Pelayanan karyawan yang cepat dan tanggap pada saat service unit	1	22	7	0	0	114	18	11	1	0	0	137
5	Karyawan menyediakan waktu untuk menjawab pertanyaan pelanggan	1	22	7	0	0	114	4	21	5	0	0	119
6	Kesediaan karyawan dalam membantu pelanggan	3	23	4	0	0	119	8	19	3	0	0	125
7	Kesungguhan karyawan dalam mengatasi masalah unit pelanggan	17	12	1	0	0	136	27	3	0	0	0	147
8	prosedur yang cepat dan tepat dalam pelayanan service unit	0	9	21	0	0	99	10	19	1	0	0	129
9	Informasi yang cukup untuk pelanggan di waktu yang penting	0	18	12	0	0	108	1	24	5	0	0	116
10	Cepat tanggap dalam mengatasi masalah unit	0	20	10	0	0	110	16	13	1	0	0	135

Sumber : Hasil Olah Data Penulis

4.3. Hasil Perhitungan Analisis Keyakinan

Tabel 4.5. Data Analisis Keyakinan

NO	PENILAIAN	KINERJA PERUSAHAAN					HARAPAN PELANGGAN						
		SB	B	CB	KB	TB	BOBOT	SP	P	CP	KP	TP	BOBOT
		5	4	3	2	1	*	5	4	3	2	1	*
1	Pengetahuan dan kecakapan karyawan baik tentang unit yang di service	14	14	2	0	0	132	26	4	0	0	0	146
2	Melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan	1	21	8	0	0	113	3	27	0	0	0	123
3	keramahan dan kesopanan karyawan	4	20	6	0	0	118	4	25	1	0	0	123
4	Pengetahuan yang cukup baik dalam menjawab pertanyaan pelanggan	6	21	3	0	0	123	12	17	1	0	0	131
5	Kemampuan pelanggan dalam menggunakan jasa perusahaan	3	23	4	0	0	119	16	13	1	0	0	135
6	Kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan karena pelayanan karyawannya	5	20	5	0	0	120	14	15	1	0	0	133
7	Reputasi baik perusahaan terutama service dan sparepart unit	8	19	3	0	0	125	20	9	1	0	0	139
8	kerja baik dalam pekerjaan service unit dan kerusakan lainnya	7	19	4	0	0	123	20	9	1	0	0	139
9	Penampilan karyawan yang baik	0	22	8	0	0	112	1	25	4	0	0	117
10	Pelayanan yang sama kepada semua pelanggan	0	25	5	0	0	115	4	25	1	0	0	123

Sumber : Hasil Olah Data Penulis

4.4. Hasil Perhitungan Analisis Empati

Tabel 4.6. Data Analisis Empati

NO	PENILAIAN	KINERJA PERUSAHAAN					HARAPAN PELANGGAN						
		SB	B	CB	KB	TB	BOBOT	SP	P	CP	KP	TP	BOBOT
		5	4	3	2	1	*	5	4	3	2	1	*
1	Memberikan perhatian secara individu terhadap pelanggan	2	15	13	0	0	109	3	25	2	0	0	121
2	Pengertian karyawan terhadap kebutuhan yang penting bagi pelanggan	2	18	10	0	0	112	3	25	2	0	0	121
3	Kepentingan ditunjukkan oleh perusahaan	1	14	15	0	0	106	8	21	1	0	0	127
4	Jam pelayanan perusahaan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	4	9	17	0	0	107	17	12	1	0	0	136
5	Karyawan selalu mengucapkan terima kasih di akhir pelayanan	3	19	8	0	0	115	2	22	6	0	0	116
6	Karyawan tidak memandang status pelanggan	5	23	2	0	0	123	9	19	2	0	0	127
7	Mempelakukan pelanggan dengan sopan	3	24	3	0	0	120	13	16	1	0	0	132
8	Bersikap ramah terhadap pelanggan	4	21	5	0	0	119	5	25	0	0	0	125
9	Menghargai pelanggan	3	23	4	0	0	119	12	18	0	0	0	132
10	Mendengarkan saran dan kritik pelanggan	3	19	8	0	0	115	9	21	0	0	0	129

Sumber : Hasil Olah Data Penulis

4.5. Hasil Perhitungan Analisis Berwujud

Tabel 4.7. Data Analisis Berwujud

NO	PENILAIAN	KINERJA PERUSAHAAN					HARAPAN PELANGGAN						
		SB	B	CB	KB	TB	BOBOT	SP	P	CP	KP	TP	BOBOT
		5	4	3	2	1	*	5	4	3	2	1	*
1	Kebersihan dan kesopanan alat untuk service unit Bobot	4	23	3	0	0	121	10	20	0	0	0	130
2	Kantor yang bersih dan nyaman	3	22	5	0	0	118	4	24	2	0	0	122
3	Jaringan perusahaan yang luas dengan perusahaan pelanggan	8	18	4	0	0	124	21	8	1	0	0	140
4	Penampilan karyawan yang rapih	3	24	3	0	0	120	4	24	2	0	0	122
5	Kebersihan dan kesopanan area kerja	3	22	5	0	0	118	13	16	1	0	0	132
6	Facilitas lengkap perusahaan dalam service unit bobot	3	22	5	0	0	118	16	14	0	0	0	136
7	Perusahaan mempunyai peralatan yang modern	2	15	13	0	0	109	17	12	1	0	0	136
8	Sikap Cekatan yang dimiliki oleh karyawan dan perusahaan	2	15	13	0	0	109	9	20	1	0	0	128
9	Material fisik (toolkit, dan lainnya) yang terkait layanan perusahaan menarik	2	7	21	0	0	101	3	25	2	0	0	121
10	Facilitas fisik (Mobil, Workshop, Warehouse) yang terkait layanan perusahaan menarik	2	23	5	0	0	117	12	17	1	0	0	131

Sumber : Hasil Olah Data Penulis

4.6. Perhitungan Rata-Rata Dari Penilaian Kinerja Dan Penilaian Harapan Pada Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelanggan PT Intraco Penta Wahana

1. Reliability/ Keandalan

NO	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Di PT Intraco Penta Wahana	Penilaian Kinerja	Penilaian Harapan	\bar{X}	\bar{Y}
1	Ketepatan dan waktu tiba pada saat service unit	96	132	3,2	4,4
2	Pelayanan yang ramah saat melakukan service unit	120	123	4	4,1
3	Pelayanan yang tepat waktu pada saat service unit	99	129	3,3	4,3
4	pelayanan karyawan yang handal untuk pelanggan	126	144	4,2	4,8
5	Karyawan tidak melakukan kesalahan dalam pekerjaan service unit	126	141	4,2	4,7
6	Pemenuhan pelayanan yang dijanjikan perusahaan	95	125	3,167	4,167
7	Perhatian yang diberikan untuk pelanggan	116	122	3,867	4,067
8	Bertanggung jawab terhadap kerjaan service unit	124	142	4,133	4,733
9	Kelengkapan, kerapian, kebersihan alat-alat service yang digunakan	116	123	3,867	4,1
10	Jam kerja yang <i>flexible</i> untuk pelanggan di waktu penting	95	124	3,167	4,133
	Rata-rata (\bar{X} dan \bar{Y})			3,71	4,35

2. Responsivness/ Keresponsifan

NO	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Di PT Intraco Penta Wahana	Penilaian Kinerja	Penilaian Harapan	\bar{X}	\bar{Y}
11	Kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul	109	141	3,633	4,7
12	Kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan	112	136	3,733	4,533
13	Karyawan dapat mengatakan dengan pasti kapan pelayanan yang dibutuhkan terlaksana	101	130	3,367	4,333
14	Pelayanan karyawan yang cepat dan tanggap pada saat service unit	114	137	3,8	4,567
15	Karyawan menyediakan waktu untuk menjawab pertanyaan pelanggan	114	119	3,8	3,967
16	Kesediaan karyawan dalam membantu pelanggan ketika ada masalah pada unit	119	125	3,967	4,167
17	Kesungguhan karyawan dalam mengatasi masalah unit pelanggan	136	147	4,533	4,9
18	Prosedur yang cepat dan tepat dalam pelayanan service unit	99	129	3,3	4,3
19	Informasi yang cukup untuk pelanggan di waktu yang penting	108	116	3,6	3,867
20	Cepat tanggap dalam mengatasi masalah unit	110	135	3,667	4,5
	Rata-rata (\bar{X} dan \bar{Y})			3,74	4,383

3. Assurance / Keyakinan

NO	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Di PT Intraco Penta Wahana	Penilaian Kinerja	Penilaian Harapan	\bar{X}	\bar{Y}
21	Pengetahuan dan kecakapan karyawan baik tentang unit yang di service	132	146	4,4	4,867
22	Melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan	113	123	3,767	4,1
23	Keramahan dan kesopanan karyawan	118	123	3,933	4,1
24	Pengetahuan yang cukup baik dalam menjawab pertanyaan pelanggan	123	131	4,1	4,367
25	Keamanan pelanggan dalam menggunakan jasa perusahaan	119	135	3,967	4,5
26	Kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan karena pelayanan karyawannya	120	133	4	4,433
27	Reputasi baik perusahaan terutama service dan sparepart unit	125	139	4,167	4,633
28	kerja baik dalam pekerjaan service unit dan kerusakan lainnya	123	139	4,1	4,633
29	Penampilan karyawan yang baik	112	117	3,733	3,9
30	Pelayanan yang sama kepada semua pelanggan	115	123	3,833	4,1
	Rata-rata (\bar{X} dan \bar{Y})			4	4,363

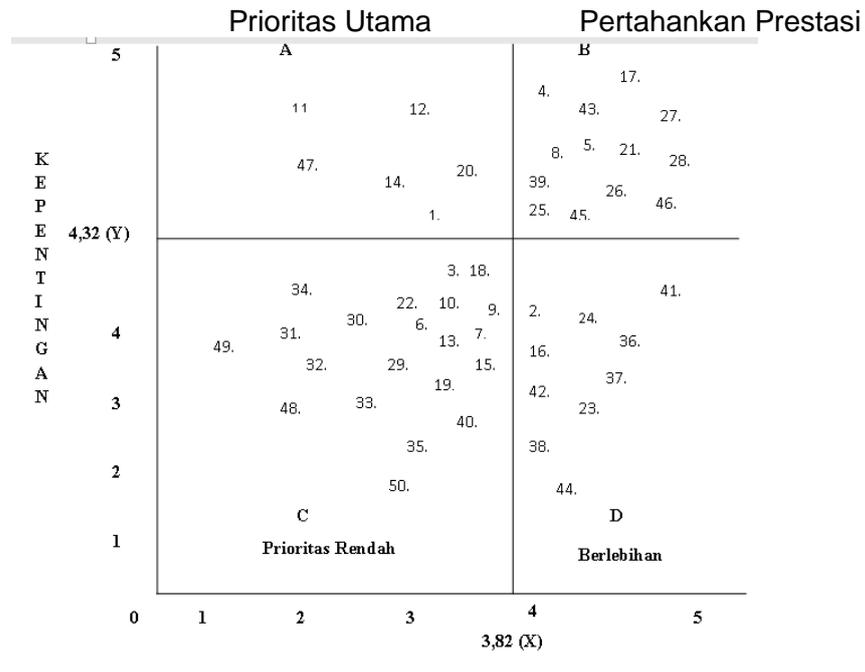
4. Empathy/ Empati

NO	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Di PT Intraco Penta Wahana	Penilaian Kinerja	Penilaian Harapan	\bar{X}	\bar{Y}
31	Memberikan perhatian secara individu terhadap pelanggan	109	121	3,633	4,033
32	Pengertian karyawan terhadap kebutuhan yang penting bagi pelanggan	112	121	3,733	4,033
33	Kepentingan diutamakan oleh perusahaan	106	127	3,533	4,233
34	Jam pelayanan perusahaan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	107	136	3,567	4,533
35	Karyawan selalu mengucapkan terima kasih di akhir pelayanan	115	116	3,833	3,867
36	Karyawan tidak memandang status pelanggan	123	127	4,1	4,233
37	Memperlakukan pelanggan dengan sopan	120	132	4	4,4
38	Bersikap ramah terhadap pelanggan	119	125	3,967	4,167
39	Menghargai pelanggan	119	132	3,967	4,4
40	Mendengarkan saran dan kritik pelanggan	115	129	3,833	4,3
	Rata-rata (\bar{X} dan \bar{Y})			3,817	4,219

5. Tangible/ Berwujud

NO	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Di PT Intraco Penta Wahana	Penilaian Kinerja	Penilaian Harapan	\bar{X}	\bar{Y}
41	Kebersihan dan kerapian alat untuk service unit Bobcat	121	130	4,033	4,333
42	Kantor yang bersih dan nyaman	118	122	3,933	4,067
43	Jaringan perusahaan yang luas dengan perusahaan pelanggan	124	140	4,133	4,667
44	Penampilan karyawan yang rapih	120	122	4	4,067
45	Kebersihan dan kerapian area kerja	118	132	3,933	4,4
46	Fasilitas lengkap perusahaan dalam service unit bobcat	118	136	3,933	4,533
47	Perusahaan mempunyai peralatan yang modern	109	136	3,633	4,533
48	Sikap Cekatan yang dimiliki oleh karyawan dan perusahaan	109	128	3,633	4,267
49	Material fisik (<i>toolkit</i> , dan lainnya) yang terkait layanan perusahaan menarik	101	121	3,367	4,033
50	Fasilitas fisik (<i>Mobil, Workshop, Warehouse</i>) yang terkait layanan perusahaan menarik	117	131	3,9	4,367
	Rata-rata (\bar{X} dan \bar{Y})			3,849	4,326
	Nilai Rata-Rata Keseluruhan			3,82	4,328

4.7. Diagram Kartesius Dari Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Perusahaan PT Intraco Penta Wahana



4.9 Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

1. Analisis Keandalan

Tabel 4.8. Regresi Linear Analisis Keandalan

Variables Entered/Removed ^b			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Penilaian Harapan ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Penilaian Kinerja

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.519 ^a	.270	.179	.406588

a. Predictors: (Constant), Penilaian Harapan

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.489	1	.489	2.956	.124 ^a
	Residual	1.323	8	.165		
	Total	1.811	9			

a. Predictors: (Constant), Penilaian Harapan
b. Dependent Variable: Penilaian Kinerja

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.228	2.029		.112	.913
	Penilaian Harapan	.800	.466	.519	1.719	.124

a. Dependent Variable: Penilaian Kinerja

Didapat Persamaan Regresi : $Y = 0.228 + 0.800 X$

Dari output diatas diketahui nilai R square sebesar 0.270 yang berarti bahwa pengaruh penilaian kinerja (X) terhadap penilaian harapan (Y) adalah sebesar 27 % sedangkan 73 % penilaian harapan dipengaruhi oleh variabel lain (4 indikator lainnya). Karena nilai koefisiensi regresi bernilai positif (+) maka dapat dikatakan bahwa penilaian kinerja (X) berpengaruh positif terhadap penilaian harapan (Y). Berdasarkan hasil

pengujian yang tertera pada tabel *coefficients* diketahui nilai t sebesar 1.719 dengan nilai sig sebesar 0.124 (artinya nilai sig tersebut > 0,05) maka dapat disimpulkan **Ho** diterima dan **Ha** ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara kinerja terhadap kepuasan pelanggan.

2. Analisis Keresponsifan

Tabel 4.9 Regresi Linear Analisis Keresponsifan

Variables Entered/Removed ^b			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Penilaian Kinerja ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Penilaian Harapan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.434 ^a	.188	.087	.307837

a. Predictors: (Constant), Penilaian Kinerja

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.176	1	.176	1.855	.210 ^a
	Residual	.758	8	.095		
	Total	.934	9			

a. Predictors: (Constant), Penilaian Kinerja
b. Dependent Variable: Penilaian Harapan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.858	1.124		2.543	.035
	Penilaian Kinerja	.408	.299	.434	1.362	.210

a. Dependent Variable: Penilaian Harapan

Didapat Persamaan Regresi : $Y = 2.858 + 0.408 X$

Dari output diatas diketahui nilai R square sebesar 0.188 yang berarti bahwa pengaruh penilaian kinerja (X) terhadap penilaian harapan (Y) adalah sebesar 18.8 % sedangkan 81.2% penilaian harapan dipengaruhi oleh variabel lain (4 indikator lainnya). Karena nilai koefisiensi regresi bernilai positif (+) maka dapat dikatakan bahwa penilaian kinerja (X) berpengaruh positif terhadap penilaian harapan (Y). Berdasarkan hasil pengujian yang tertera pada tabel *coefficients* diketahui nilai t sebesar 1.362 dengan nilai sig sebesar 0.210 (artinya nilai sig tersebut > 0,05) maka dapat disimpulkan **Ho** diterima dan **Ha** ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara kinerja terhadap kepuasan pelanggan.

3. Analisis Keyakinan

Tabel 4.10 Regresi Linear Analisis Keyakinan

Variables Entered/Removed ^b			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Penilaian Kinerja ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Penilaian Harapan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.926 ^a	.857	.840	.122751

a. Predictors: (Constant), Penilaian Kinerja

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.725	1	.725	48.109	.000 ^a
	Residual	.121	8	.015		
	Total	.845	9			

a. Predictors: (Constant), Penilaian Kinerja
b. Dependent Variable: Penilaian Harapan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.261	.812		-1.553	.159
	Penilaian Kinerja	1.406	.203	.926	6.936	.000

a. Dependent Variable: Penilaian Harapan

Didapat Persamaan Regresi : $Y = -1.261 + 1.406 X$

Dari output diatas diketahui nilai R square sebesar 0.857 yang berarti bahwa pengaruh penilaian kinerja (X) terhadap penilaian harapan (Y) adalah sebesar 85.7 % sedangkan 14.3 % penilaian harapan dipengaruhi oleh variabel lain (4 indikator lainnya). Karena nilai koefisiensi regresi bernilai positif (+) maka dapat dikatakan bahwa penilaian kinerja (X) berpengaruh positif terhadap penilaian harapan (Y). Berdasarkan hasil pengujian yang tertera pada tabel *coefficients* diketahui nilai t sebesar 6.936 dengan nilai sig sebesar 0.000 (artinya nilai sig tersebut $< 0,05$) maka dapat disimpulkan **H₀** ditolak dan **H_a** diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara kinerja terhadap kepuasan pelanggan.

4. Analisis Empati

Tabel 4.11 Regresi Linear Analisis Empati

Variables Entered/Removed ^b			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Penilaian Kinerja ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Penilaian Harapan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.053 ^a	.003	-.122	.213913

a. Predictors: (Constant), Penilaian Kinerja

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.001	1	.001	.023	.884 ^a
	Residual	.366	8	.046		
	Total	.367	9			

a. Predictors: (Constant), Penilaian Kinerja
b. Dependent Variable: Penilaian Harapan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.010	1.396		2.872	.021
	Penilaian Kinerja	.055	.365	.053	.151	.884

a. Dependent Variable: Penilaian Harapan

Didapat Persamaan Regresi : $Y = 4.010 + 0.055 X$

Dari output diatas diketahui nilai R square sebesar 0.003 yang berarti bahwa pengaruh penilaian kinerja (X) terhadap penilaian harapan (Y) adalah sebesar 0.3 % sedangkan 99.7 % penilaian harapan dipengaruhi oleh variabel lain (4 indikator lainnya). Karena nilai koefisiensi regresi bernilai positif (+) maka dapat dikatakan bahwa penilaian kinerja (X) berpengaruh positif terhadap penilaian harapan (Y). Berdasarkan hasil pengujian yang tertera pada pada tabel *coefficients* diketahui nilai t sebesar 0.151 dengan nilai sig sebesar 0.884 (artinya nilai sig tersebut $> 0,05$) maka dapat disimpulkan **H₀** diterima dan **H_a** ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara kinerja terhadap kepuasan pelanggan.

5. Analisis Berwujud

Tabel 4.12 Regresi Linear Analisis Berwujud

Variables Entered/Removed ^b			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Penilaian Kinerja ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Penilaian Harapan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.375 ^a	.141	.033	.215642

a. Predictors: (Constant), Penilaian Kinerja

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.061	1	.061	1.309	.266 ^a
	Residual	.372	8	.047		
	Total	.433	9			

a. Predictors: (Constant), Penilaian Kinerja
b. Dependent Variable: Penilaian Harapan

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.966	1.191			2.489	.039
	Penilaian Kinerja	.353	.309	.375		1.144	.266

a. Dependent Variable: Penilaian Harapan

Didapat Persamaan Regresi : $Y = 2.966 + 0.353 X$

Dari output diatas diketahui nilai R square sebesar 0.141 yang berarti bahwa pengaruh penilaian kinerja (X) terhadap penilaian harapan (Y) adalah sebesar 14.1 % sedangkan 85.9 % penilaian harapan dipengaruhi oleh variabel lain (4 indikator lainnya). Karena nilai koefisiensi regresi bernilai positif (+) maka dapat dikatakan bahwa penilaian kinerja (X) berpengaruh positif terhadap penilaian harapan (Y). Berdasarkan hasil pengujian yang tertera pada pada tabel *coefficients* diketahui nilai t sebesar 1.144 dengan nilai sig sebesar 0.266 (artinya nilai sig tersebut > 0,05) maka dapat disimpulkan **Ho** diterima dan **Ha** ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara kinerja terhadap kepuasan pelanggan.

4.10. Analisis Regresi linear Pengaruh Penilaian Kinerja (X) Terhadap Penilaian Harapan (Y)

Tabel 4.13 Regresi linear secara Menyeluruh (5 Indikator)

Variables Entered/Removed ^b			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Penilaian Kinerja ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Penilaian Harapan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.436 ^a	.190	.173	.243287

a. Predictors: (Constant), Penilaian Kinerja

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.668	1	.668	11.246	.002 ^a
	Residual	2.841	48	.059		
	Total	3.507	49			

a. Predictors: (Constant), Penilaian Kinerja
b. Dependent Variable: Penilaian Harapan

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.872	.436			6.588	.000
	Penilaian Kinerja	.381	.114	.436		3.354	.002

a. Dependent Variable: Penilaian Harapan

Didapat Persamaan Regresi : $Y = 2.872 + 0.381 X$

Dari output diatas diketahui nilai R square sebesar 0.190 yang berarti bahwa pengaruh penilaian kinerja (X) terhadap penilaian harapan (Y) adalah sebesar 19 % sedangkan 81 % penilaian harapan dipengaruhi oleh variabel lainnya. Karena nilai koefisiensi regresi bernilai positif (+) maka dapat dikatakan bahwa penilaian kinerja (X) berpengaruh positif terhadap penilaian harapan (Y). Berdasarkan hasil pengujian yang tertera pada pada tabel *coefficients* diketahui nilai t sebesar 3.354 dengan nilai sig sebesar 0.002 (artinya nilai sig tersebut < 0,05) maka

dapat disimpulkan **Ho** ditolak dan **Ha** diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara kinerja terhadap kepuasan pelanggan.

Lovelock (2005:104) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan dan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih besar. Dalam jangka panjang akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan yang baik daripada terus menerus menarik dan membina pelanggan baru untuk menggantikan pelanggan yang pergi. Pelanggan yang sangat puas akan menyebarkan cerita positif dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan akan menjadi iklan berjalan dan berbicara bagi suatu perusahaan, yang akan menurunkan biaya untuk menarik pelanggan baru.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uji regresi linear secara parsial atau terpisah dan uji regresi secara gabungan dari lima indikator, terlihat bahwa pada saat dilakukan uji regresi secara parsial sebanyak 4 indikator yaitu Keandalan, Keresponsifan, Empati dan Berwujud terbukti tidak ada pengaruh yang signifikan antara kinerja dan kepuasan pelanggan. Berbeda dengan pengujian regresi secara menyeluruh dari setiap indikator, di dapatkan hasil yaitu adanya pengaruh yang signifikan antara kinerja dan kepuasan pelanggan. Hal itu dibuktikan dari uji hipotesa (uji f) yaitu uji serentak karena tiap-tiap indikator tidak bisa berdiri sendiri.

PT Intraco Penta Wahana dalam meningkatkan omset penjualan melalui kepuasan pelanggan sudah dilakukan dengan baik kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan pelanggan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan dan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih besar. Dalam jangka panjang akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan yang baik daripada terus menerus menarik dan membina pelanggan baru untuk menggantikan pelanggan yang pergi. Pelanggan yang sangat puas akan menyebarkan cerita positif dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan akan menjadi iklan berjalan dan berbicara bagi suatu perusahaan, yang akan menurunkan biaya untuk menarik pelanggan baru

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 2002. **Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Edisi Milenium**. PT. Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2001. **Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian**. Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. **Manajemen Pemasaran Jasa**, Edisi Ketiga. Salemba Empat, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2002. **Measuring Customer Satisfaction**. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratmiko dan Atik Winarsih. 2005. **Manajemen Pelayanan**. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Supranto, 2006. **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Cetakan Keempat**. Rineka Cipta, Jakarta.
- Sunyoto Danang, 2014. **Praktek Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuesioner,**

Alat dan Analisis Data). CAPS, Yogyakarta.

Tjiptono **Fandy dan Chandra Gregorius, 2005. Service, Quality & Satisfaction, Edisi. I. – Andi, Yogyakarta.**

Tjiptono Fandy, 2005. **Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS), Edisi. V. – Andi, Yogyakarta.**

Tjiptono Fandy dan Diana Anastasia, 2015. **Pelanggan Puas? Tak Cukup, Edisi. I. Andi, Yogyakarta.**

Zulham Yamit. 2001. **Manajemen Kualitas Produk dan Jasa.** Ekonisa, Yogyakarta.

<https://eriskusnadi.wordpress.com/2011/12/24/fishbone-diagram-dan-langkah-langkah-pembuatannya/> unduh pada tanggal 06/06/2017 jam 21:59

<https://www.google.com/search/hanifabdullatif.blogspot.com.nilai-r-tabel-statistika>. di unduh pada tanggal 07/06/2017 jam 05:04

<http://lesprivate-statistik.com/index.php/berita/67-uji-validitas-dan-reliabilitas-kuisisioner> di unduh pada tanggal 07/06/2017 jam 05:25