

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA CV MELIALA JAYA**

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Penyelesaian

Program Studi D-IV Manajemen Bisnis Industri

Pada Sekolah Tinggi Manajemen Industri

Oleh:

JUNITA SARI

1712120

KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN

SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI

JAKARTA

2016

POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTRIAN PERINDUSTRIAN RI

TANDA PERSUTUJUAN DOSEN PEMBIMBING

JUDUL TUGAS AKHIR :

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA CV MELIALA JAYA”**

DISUSUN OLEH :

NAMA : JUNITA SARI

NIM : 1712120

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

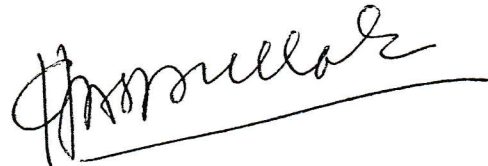
Telah Diperiksa dan Disetujui untuk Diajukan dan

Dipertahankan dalam Ujian Tugas Akhir

Politeknik STMI Jakarta

Jakarta, Oktober 2016

Dosen Pembimbing



Drs. Achmad Zawawi, MA, MM

NIP.195811171984031003

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Industri , Politeknik STMI
Jakarta Kementerian Perindustrian RI.

Nama : Junita Sari

NIM : 1712120

Program Studi : Manajemen Bisnis Industri

Dengan ini menyatakan bahwa hasil karya Tugas Akhir yang saya buat dengan
Judul :

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV MELIALA JAYA”

- Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan literature hasil kuliah, survei lapangan, Dosen Pembimbing, melalui Tanya jawab maupun asistensi serta buku-buku jurnal acuan yang tertera dalam referensi prakarya tugas akhir ini.
- Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar Sarjana di Univertsitas / Perguruan Tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu digunakan sebagai referensi pendukung untuk melengkapi informasi dan sumber informasi dengan dicantumkan melalui referensi yang semestinya.
- Bukan merupakan karya tulis terjemahan dari kumpulan atau jurnal acuan yang tertera dalam referensi pada Karya Tugas Akhir saya.

Jika terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan seperti diatas, maka Karya Tugas Akhir saya dibatalkan.

Jakarta, Oktober 2016
Yang Membuat Pernyataan



Junita Sari
NIM : 1712120



LEMBAR BIMBINGAN PENYUSUNAN LAPORAN TA

Nama : Junita Sari
 NIM : 172120
 Judul TA : pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
 Pembimbing : Drs. Achmad Zawawi, MA, MM
 Asisten Pembimbing : _____

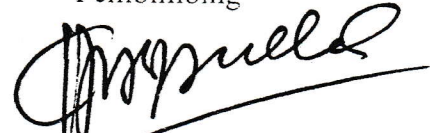
Tanggal	Bab	Keterangan	Paraf
20 Juli 2016		- pengajuan proposal TA	<u>g</u>
19. Agst. 2016	<u>I</u> <u>II</u> <u>III</u>	- BAB 1, 2, 3, kuesioner (Revisi) - pendahuluan - Landasan Teori - Metodologi penelitian } Acc	<u>g</u> <u>g</u>
9 Sep 2016	<u>IV</u>	- Pengumpulan & pengolahan data (revisi) - Pengumpulan & pengolahan data (Acc)	<u>g</u>
30. Sep. 2016	<u>V</u>	- pembahasan - pembahasan	<u>g</u> <u>g</u>
8 Okt 2016	<u>VI</u>	- Kesimpulan & Saran	<u>g</u>

Mengetahui,
 Ka Prodi Administrasi Bisnis Otomotif



NIP :

Pembimbing



Drs. Achmad Zawawi, MA, MM
 NIP : 105811171 0840 31003

ABSTRAK

Perusahaan CV Meliala Jaya merupakan perusahaan yang menggunakan struktur organisasi garis lurus, yang dipimpin langsung oleh pemiliknya yaitu Bapak Natalius Sembiring. Sedangkan bidang bisnis perusahaan ini adalah memproduksi sarung tangan dan alat pelindung raga. Dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV Meliala Jaya”. Diharapkan penelitian ini dapat menjawab pertanyaan sebagai berikut 1) apakah ada hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV Meliala Jaya, 2) Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV Meliala Jaya. Berdasarkan hasil penelitian diketahui 1) Dari analisis persamaan regresi menghasilkan $Y = 5,758 + 0,866X$, dari persamaan tersebut bahwa nilai a = nilai konstanta sebesar 5,758 maksudnya setelah dilakukan pengujian signifikan diperoleh hasil 12,723 berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Perhitungan nilai koefisien korelasi diatas sebesar $(r) = 0,878$ berarti ada ilai korelasi yang positif, maksudnya kualitas pelayanan mempunyai hubungan dengan kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan, maka konsumen akan semakin puas. Dalam hal ini menunjukkan bahwa nilai r mendekati 1 (sangat kuat).

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini.

Tujuan dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan yang tercantum dalam kurikulum program studi D4 Manajemen Bisnis Industri Politeknik STMI Jakarta Kementerian Perindustrian R.I. Tugas Akhir ini disusun berdasarkan pengalaman selama melakukan Praktek Kerja Lapangan pada CV Meliala Jaya di Jakarta. Penulis menyadari bahwa penyelesaian Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih pada :

- Bapak Dr. Mustofa, ST, MT, selaku Ketua Politeknik STMI Jakarta
- Bapak Drs. Mulyono, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Industri (MBI) beserta Sekretaris Jurusan Bapak Yulius Jatmiko, SE, MM, terima kasih untuk bantuan pada penulis dalam proses penulisan tugas akhir ini.
- Bapak Drs. Achmad Zawawi, MA, MM selaku pembimbing utama yang telah memberikan saran, bimbingan dan pengarahan sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
- Bapak Natalius Sembiring, selaku pemilik dari CV Meliala Jaya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan PKL dan membantu Penulis dalam mengumpulkan data sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

- Kedua orang tua Penulis, selaku motivator utama penyusun tugas akhir. Terima kasih atas semua cinta yang diberikan, dorongan, motivasi dan semua doa yang dipanjatkan.
- Teman-teman seperjuangan MBI 2012 yang juga memberikan motivasi dalam pengerjaan tugas akhir ini.
- Partner PKL penulis Tri Astuti yang bersama-sama berjuang dalam penyusunan tugas akhir ini.
- Sahabat-sahabat penulis Amalia, Elsi, Arfan, Riri, Chalis, Verena dan Santi yang telah banyak membantu dan memberikan masukan dalam pengerjaan tugas akhir ini.
- Semua pihak yang telah berjasa kepada penulis dalam menyusun tugas akhir ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa datang. Semoga tugas akhir ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan

Jakarta,
November 2016

Junita Sari

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. 1 Latar Belakang Permasalahan	1
1. 2 Rumusan Masalah	3
1. 3 Batasan Masalah.....	3
1. 4 Tujuan Penelitian.....	3
1. 5 Manfaat Penelitian.....	3
1. 6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2. 1 Pengertian Pemasaran.....	6
2. 1. 1 konsep Pemasaran	7
2. 1. 2 Sistem Pemasaran.....	8
2. 2 Kualitas Pelayanan	9
2.3 Kepuasan Konsumen.....	12
2. 3.1 Faktor yang menentukan tingkat kepuasan	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	17

3. 1	Metodologi Penelitian	17
3. 2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	17
3. 2. 1	Variabel Penelitian.....	17
3. 2. 2	Definisi Operasional	18
3. 3	Model Penelitian	23
3. 4	Penentuan Populasi	24
3. 4.1	Populasi	24
3. 4. 2	Sampel	24
3. 5.	Jenis Sumber Data.....	25
3. 5. 1	Sumber Data.....	25
3. 6	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	27
3. 7. 1	Uji Validitas.....	27
3. 7. 2	Uji Reliabilitas	28
3. 8	Teknik Analsis Data.....	30
3. 8. 1	Analisis Korelasi	30
3. 8. 2	Analisis Regresi	50
BAB IVPENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....		35
4. 1	Tinjauan Umum Perusahaan	35
4. 1. 1	Sejarah Umum Perusahaan	35
4. 1. 2	Perizinan Perusahaan	37
4. 1. 3	Lokasi Perusahaan.....	37
4. 1. 4	Profil Perusahaan	37

4. 2 Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan.....	38
4. 2. 1 Struktur Organisasi	38
4. 2. 2 Deskripsi Pekerjaan	41
4. 3 Visi dan Misi Perusahaan.....	43
4. 4 Produk yang dipasarkan	43
4. 5 Wilayah pemasaran	44
4. 6 Produk CV Meliala Jaya	45
4. 6. 1 Produk	45
4. 6. 2 Bahan Baku	46
4. 6. 3 Mesin dan Peralatan	46
4. 6. 4 Proses Produksi	47
4. 7 Aspek Personalia.....	49
4. 7. 1 Perekrutan dan Penempatan.....	49
4. 8 Gambaran Umum Responden	50
4. 8. 1 Responden Menurut Jenis Kelamin.....	51
4. 8. 2 Responden Menurut Umur.....	51
BAB VANALISIS DAN PEMBAHASAN	53
5. 1 Uji Validitas dan Reliabilitas	53
5. 1. 1 Uji Validitas	53
5. 1. 2 Uji Reliabilitas	59
5. 2 Analisis Korelasi Sederhana	62
5. 2. 1 Koefisien Determinasi	64
5. 2. 2 Uji Signifikan	65

5.3	Analisis Regresi Sederhana	66
5. 3. 1	Kesalahan baku regresi sederhana	70
5. 3. 2	Uji Signifikan	74
BAB VIKESIMPULAN DAN SARAN		76
6. 1	Kesimpulan.....	76
6. 2	Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel Operasional.....	18
Tabel 3.2 Pedoman interpretasi koefisien korelasi	31
Tabel 4.1 Harga Produk	43
Tabel 4.2 Daftar Tenaga Kerja.....	49
Tabel 4.3 Tenaga Kerja bagian produksi	50
Tabel 4.4 Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin.....	51
Tabel 4.5 Jumlah Responden menurut Umur.....	52
Tabel 5.1 Pertanyaan item 1 validitas Kualitas pelayanan.....	53
Tabel 5.2 Pertanyaan item 1 validitas Kepuasan konsumen	55
Tabel 5.3 Uji Validitas	58
Tabel 5.4 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 5.5 Tabel penolong korelasi sederhana	63
Tabel 5.6 Tingkat korelasi dan kekuatan hubungan.....	64
Tabel 5.7 Tabel penolong regresi sederhana.....	67
Tabel 5.8 Lembar kerja kesalahan baku.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Konsumen.....	13
Gambar 3.1 Model Penelitian	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	40
Gambar 4.2 Sarung tangan kombinasi	45
Gambar 4.3 Sarung tangan polos	45
Gambar 4.4 Proses Produksi	47
Gambar 5.1 Kurva Uji t korelasi	66
Gambar 5.2 Kurva Uji t Regresi	75

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri bisnis dalam era globalisasi saat ini semakin pesat dengan semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis saat ini, maka semakin sulit juga bagi sebuah perusahaan untuk dapat menjaga kesetiaan konsumennya agar tidak berpindah ke perusahaan lain. Dewasa ini, konsumen sangat sulit di jaga kesetiaannya, mengingat banyak sekali konsumen yang lebih teliti, lebih menuntut, lebih pintar untuk memilih produk atau pun jasa dengan kualitas terbaik dan harga termurah, serta sangat sulit untuk dipuaskan keinginannya oleh perusahaan. Konsumen tidak hanya berperan sebagai pembeli dari sebuah produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan, namun konsumen juga berperan sebagai sumber penghasilan tetap apabila ia melakukan pembelian berulang dan rutin, serta merekomendasikan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada teman, keluarga maupun kerabatnya.

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

Kenyataan ini bisa dilihat bahwa pada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan konsumen yaitu nilai total konsumen yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya (Kotler,2000:50).

Sebagai sebuah usaha yang menjual produk alat pelindung berupa sarung tangan, CV Meliala Jaya menyadari ketatnya persaingan yang harus dihadapi. Mengingat saat ini banyak produk sarung tangan dipasaran CV Meliala Jaya harus bersaing dengan produk lain yang semakin banyak bermunculan akhir-akhir ini dikarenakan peluang bisnis yang cukup menggiurkan. Dengan situasi persaingan maka perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan guna menciptakan kepuasan pelanggan. Dari latar belakang yang dikemukakan maka penelitian ini mencoba untuk meneliti hal tersebut yaitu dengan mengambil topik yang berkaitan dengan “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV MELIALA JAYA”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari identifikasi dan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas dan juga setelah penulis melakukan penelitian, bahwa rumusan masalah yang ada adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV Meliala Jaya ?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV Meliala Jaya ?

1.3 Batasan Masalah

Dalam peneliatian ini penulis membatasi masalah setelah mempertimbangkan seluruh variabel maupun faktor-faktor penyebab diatas agar jalur yang dibahas jelas dan tidak menyimpang adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data hanya dilakukan dilingkungan dan pelanggan yang pernah datang ke CV Meliala Jaya
2. Metode yang digunakan adalah kuesioner dengan uji validitas dan reliabilitas
3. Kuesioner diberikan kepada responden yang pernah datang ke toko sarung tangan CV Meliala Jaya

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV Meliala Jaya
2. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV Meliala Jaya

1.5 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini terdapat manfaat-manfaat bagi perusahaan, penulis dan penelitian lain, manfaat-manfaatnya yaitu:

1. Bagi Penulis

Dapat mengaplikasikan ilmu-ilmu yang di dapat selama masa perkuliahan dari semester I-VII, serta dapat menambah wawasan dan pengalaman dalam menyelesaikan masalah yang ada.

2. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan gambaran dan informasi kepada perusahaan dalam membuat kebijakan untuk pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan referensi dan informasi untuk penelitian lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dalam bidang pelayanan dan kepuasan pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisikan Latar belakang masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat tugas akhir, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan bagian yang berisi dasar-dasar teori atau konsep yang digunakan sebagai dasar pemikiran ilmiah untuk membahas dan menganalisa permasalahan yang ada.

BAB III : METODOLOGI PEMECAHAN MASALAH

Bab ini berisikan langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam memecahkan masalah yang ada

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisikan pengumpulan data-data yang dibutuhkan untuk pengolahan data sesuai dengan metode yang dipilih, pengolahan data tersebut akan digunakan dalam analisa data.

BAB V : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan analisa serta pembahasan terhadap hasil yang diperoleh dari data pengolahan data melalui metode yang diterapkan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, serta saran-saran yang diperlukan perusahaan dan peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran

Pengertian pemasaran mengandung pengertian yang lebih luas dari sekedar penjualan dan periklanan. Assauri (1999:4) mendefinisikan pemasaran: “sebagai usaha menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat”.

Mengingat luasnya pengertian pemasaran dan untuk menghindari kesalahpahaman dalam mendefinisikan pemasaran, maka dikemukakan pendapat beberapa ahli dalam bidang pemasaran, diantaranya:

- a. Menurut Tjiptono (2002:7) memberikan definisi pemasaran adalah: suatu proses sosial dan manajerial dimana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai dengan orang atau kelompok lain.
- b. Menurut Philip Kotler (2008:29), definisi pemasaran secara sederhana adalah “proses mengelola hubungan pelanggan yang menguntungkan”
- c. Menurut Philip Kotler (2005:35), definisi pemasaran secara sosial adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

Dari definisi di atas menunjukkan bahwa pemasaran merupakan serangkaian prinsip untuk memilih pasar sasaran (target market), mengevaluasi kebutuhan

konsumen, mengembangkan barang dan jasa, memuaskan keinginan, memberikan nilai kepada konsumen dan laba bagi perusahaan.

Pemasaran Tidak hanya organisasi profit yang memerlukan pemasaran tetapi organisasi non-profit juga memerlukan pemasaran guna meningkatkan pemasukan dan upaya yang akan dicapai. Terdapat 2 pengertian pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2010:65) dari sudut pandang sosial dan manajer pemasaran:

1. Sudut pandang sosial

Pemasaran adalah proses untuk bersosialisasi yang dimana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, permintaan, dan kebebasan dalam menukar nilai produk dan jasa dengan yang lain.

2. Sudut pandang manajer pemasaran

Seni untuk menjual produk dimana pemasaran mengetahui dan mengerti konsumen dengan baik sehingga produk atau pelayanan yang diciptakan tepat untuk konsumen dan terjual dengan sendirinya.

2.1.1 Konsep Pemasaran

Dan seiring perkembangan waktu maka konsep pemasaran juga mengalami perubahan. Lima konsep dasar pemasaran menurut Kotler dan Keller (2006:76):

1. Konsep Produksi

Konsep produksi adalah konsep pertama di dunia bisnis. Dimana konsumen akan memilih produk yang tersedia dan tidak mahal. Manajer produksi berorientasi pada pencapaian efisiensi produk, biaya rendah dan distribusi.

2. Konsep Produk

Konsep produk dimana konsumen akan meminta produk yang paling berkualitas, memiliki *performa* atau fitur yang inovatif. Manajer yang fokus pada konsep ini membuat produk yang *superior* dan terus di tingkatkan dari waktu ke waktu. Produk yang baru atau produk yang ditingkatkan belum tentu

sukses tanpa penetapan biaya, distribusi, pengiklanan dan penjualan yang tepat.

3. Konsep Penjualan

Konsep penjualan menetapkan penjualan yang agresif dengan upaya promosi, dimana jika tidak diterapkan maka produk tidak akan terjual secara memuaskan.

4. Konsep Pemasaran

Falsafah pemasaran yang berkeyakinan bahwa pencapaian sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan penyampaian kepuasan lebih efektif dan efisien daripada pesaing.

5. Konsep Pemasaran Sosial

Dimana organisasi harus menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar sasaran dan menyerahkan kepuasan yang didambakan itu secara lebih efektif dan efisien daripada pesaing dengan cara yang bersifat memelihara atau memperbaiki kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

2.1.2 Sistem Pemasaran

Seperti halnya dengan sistem-sistem yang lain, dalam sistem pemasaran juga terdapat beberapa faktor yang saling tergantung dan saling berinteraksi satu sama lain. Faktor-faktor tersebut adalah:

- a. Organisasi yang melakukan tugas-tugas pemasaran.
- b. Sesuatu (barang, jasa, ide, orang) yang sedang dipasarkan.
- c. Pasar yang dituju.
- d. Para perantara yang membantu dalam pertukaran (arus) antara organisasi pemasaran dan pasarnya. Mereka ini adalah pengecer, pedagang besar, agen pengangkutan, lembaga keuangan, dan sebagainya.
- e. Faktor-faktor lingkungan, seperti faktor demografi, kondisi perekonomian, sosial dan kebudayaan, kekuatan politik dan hukum, teknologi dan persaingan.

Dengan adanya kelima faktor tersebut, maka sistem pemasaran dapat didefinisikan kumpulan-kumpulan lembaga yang melakukan tugas pemasaran, barang jasa, ide, orang dan faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh, dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya.

2.2. Kualitas Pelayanan

Di era yang semakin canggih dan maju ini, setiap perusahaan tentu harus berjuang keras untuk bagaimana menciptakan dan mempertahankan kesetiaan pelanggannya. Kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang sangat diharuskan untuk menunjang keinginan perusahaan tersebut. Gaya hidup yang semakin termodernisasi memberikan efek terhadap pola pikir masyarakat saat ini cenderung melihat sesuatu secara praktis, dinamis dan instan. Hal ini membuat produsen harus meningkatkan pelayanan agar mereka mampu menangkap pola pikir dan gaya hidup saat ini karena pelayanan merupakan sebuah *first impression* yang dapat menentukan arah pikiran dari konsumen tersebut.

Mengacu pada pengertian kualitas layanan tersebut maka konsep kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1997) dalam Wisnalmawati (2005:156).

Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian konsumen tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Roesanto, 2000) dalam Nanang Tasunar (2006:44)

Sedangkan menurut Tjiptono (2001:76), Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi(2006:186), yaitu:

1. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
2. *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. *Emphaty*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Garvin dalam Tjiptono dan Chandra (2005:113) mengembangkan delapan dimensi kualitas, yaitu:

- a. Kinerja (performance) yaitu mengenai karakteristik operasi pokok dari produk. Misalnya bentuk dan kemasan yang bagus akan lebih menarik pelanggan.
- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (features), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- c. Keandalan (reability), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specifications). yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Seperti halnya produk yang diterima konsumen harus sesuai bentuk sampai jenisnya dengan kesepakatan bersama.
- e. Daya tahan (durability), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Biasanya konsumen akan merasa puas bila produk yang dibeli tidak pernah rusak.
- f. Serviceability, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi penanganan keluhan yang memuaskan.
- g. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misalnya kemasan produk dengan warna-warna cerah, kondisi gedung dan lain sebagainya.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (perceived quality), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Sebagai contoh merek yang lebih dikenal masyarakat (brand image) akan lebih dipercaya dari pada merek yang masih baru dan belum dikenal.

Dari beberapa pendapat para ahli tentang dimensi kualitas pelayanan, dapat disimpulkan dari beberapa dimensi yang kredibel dan memenuhi syarat, agar sebuah pelayanan dapat menimbulkan kepuasan konsumen. Adapun dimensi-dimensi tersebut yaitu: Tangibles (bukti fisik), Reliability

(Keandalan) Responsiveness (ketanggapan), Assurance (jaminan/kepastian), Empathy (kepedulian).

2.3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen telah menjadi konsep dalam wacana bisnis dan manajemen. konsumen merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, konsumen memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

Menurut Kotler, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2000 : 52). Sedangkan Tse dan Wilton (1988) dalam Lupiyoadi (2004:349) kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Wilkie (1990) mendefinisikannya sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Engel, et al (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan (Tjiptono, 2004 : 349) .

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Harapan konsumen ini bersifat dinamis dan

berubah dari waktu ke waktu, seiring dengan semakin banyaknya informasi yang diterima konsumen dan semakin bertambahnya pengalaman. Setiap bisnis harus mampu memahami, mengantisipasi dan merespons harapan – harapan konsumen tersebut.

Menurut J. Supranto (2001:78) istilah kepuasan konsumen merupakan label yang digunakan oleh pelanggan untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa.

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen yang ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan konsumen atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan.

Konsumen akan merasa puas bila keinginan konsumen telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka konsumen menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi konsumen suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain kualitas produk, pelayanan, aktivitas penjualan, dan nilai-nilai perusahaan. Untuk menghadapi persaingan dan perubahan perilaku konsumen tersebut maka banyak perusahaan yang berpusat pada konsumenlah yang dapat memberikan nilai *Superior* kepada mereka, dan memenangkan persaingan.

Kepuasan konsumen terhadap suatu produk sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

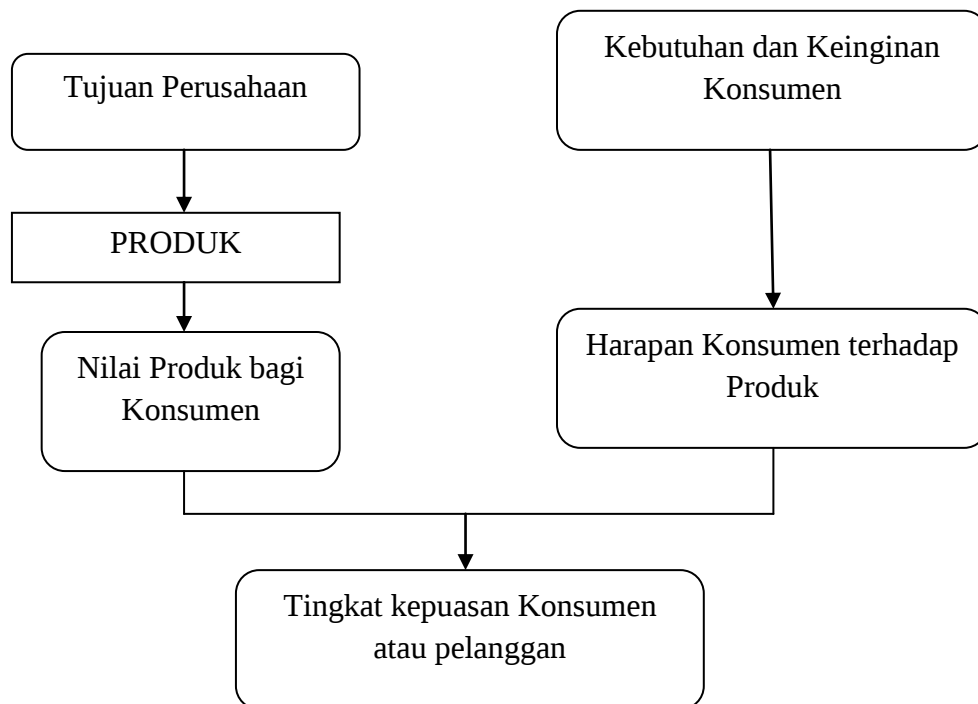
Menurut Kotler (2000:41), ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi pelanggannya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*costumer oriented*).
2. Survei kepuasan pelanggan sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para pelanggan. Melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.
3. *Ghost Shopping*: Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai pelanggan di perusahaan pesaing, dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.
4. Analisa pelanggan yang hilang: metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya pelanggan ke perusahaan pesaing. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggan jadi harmonis, memberikan dasar yang baik

bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat.

GAMBAR 2.1

Konsep kepuasan konsumen



Sumber :Tjiptono, 1997:25

2.3.1 Faktor-faktor yang menentukan tingkat kepuasan

Menurut Lupiyoadi (2001:110) terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yang dapat menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang mereka lakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah di benak konsumen.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai yang mereka harapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi yang positif terhadap produk perusahaan.

3. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5. Biaya

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian ini merupakan alat penyederhanaan untuk mempermudah dan memberi gambaran yang lebih jelas mengenai langkah-langkah pemecahan masalah di dalam menganalisa masalah yang ada di dalam perusahaan. Untuk dapat lebih memperjelas gambaran mengenai proses pemecahan masalah dalam tugas akhir ini.

3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.2.1 Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan di tarik kesimpulannya (Sugiono,2007:2). Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu :

1. Variabel dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari suatu faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti (Ferdinand, 2006:26). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah: kepuasan konsumen (Y).

2. Variabel Independen

Variabel independen yang dilambangkan dengan (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun

yang pengaruhnya negatif (Ferdinan,2006:26). Variabel independen dalam penelitian ini adalah : Kualitas Pelayanan (X)

3.2.2 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 1997:74). Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi :

Tabel 3.1 Variabel Operasional

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Item- item Pernyataan	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Tjiptono (2001:76)	<i>Tangibles</i> (berwujud)	Memprioritaskan pelayanan terhadap konsumen dengan menerapkan sistem Sumber Daya Manusia kompeten dan bermutu di bidangnya.	1. Sarung tangan CV meliala jaya berdaya tahan kuat dan memiliki tingkat kerapihan yang tinggi. 2. Kualitas bahan dari Sarung tangan CV meliala Jaya dipilih berdasarkan pilihan oleh tenaga ahli.	Skala Likert Dengan skala 1-5 1= Sangat tidak setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju
		<i>Reliability</i> (keandalan)	Keandalan suatu produk menjalankan fungsinya dalam	3. Design produk selalu mengikuti perkembangan	

			jangka waktu tertentu.	jaman dan masukan dari konsumen 4. Kemampuan untuk menampilkan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan handal	Skala Likert Dengan skala 1-5 1= Sangat tidak setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju
		<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)		5. CV Meliala Jaya cepat dan tanggap dalam menanggapi berbagai keluhan konsumen 6. Pelayanan sangat cepat dalam permintaan dan pengiriman pesanan konsumen.	
		<i>Assurance</i> (Jaminan)	Karakteristik dalam pelayanan sehingga memberikan dan sekaligus menjaga	7. Jaminan kesesuaian pesanan konsumen dan pertanggungjawaban barang	

			kepercayaan terhadap konsumen.	dibebankan CV Meliala Jaya selama proses pengiriman sampai diterima oleh konsumen	Skala Likert Dengan skala 1-5 1= Sangat tidak setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju
		<i>Empathy</i> (kepedulian)	Selalu memprioritaskan pelayanan langsung atau tidak langsung .	8. Memberikan informasi yang jelas kepada konsumen dalam melakukan pelayanan 9. Mengutamakan bahan-bahan yang ramah lingkungan. 10. Mendaur ulang sisa limbah atau bahan pembuatan sarung tangan agar tidak mencemari wilayah sekitar.	
Kepuasan Konsumen	Kepuasan Konsumen adalah	<i>Kualitas Produk</i>	Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi	1. Sarung tangan yang dibuat oleh CV	

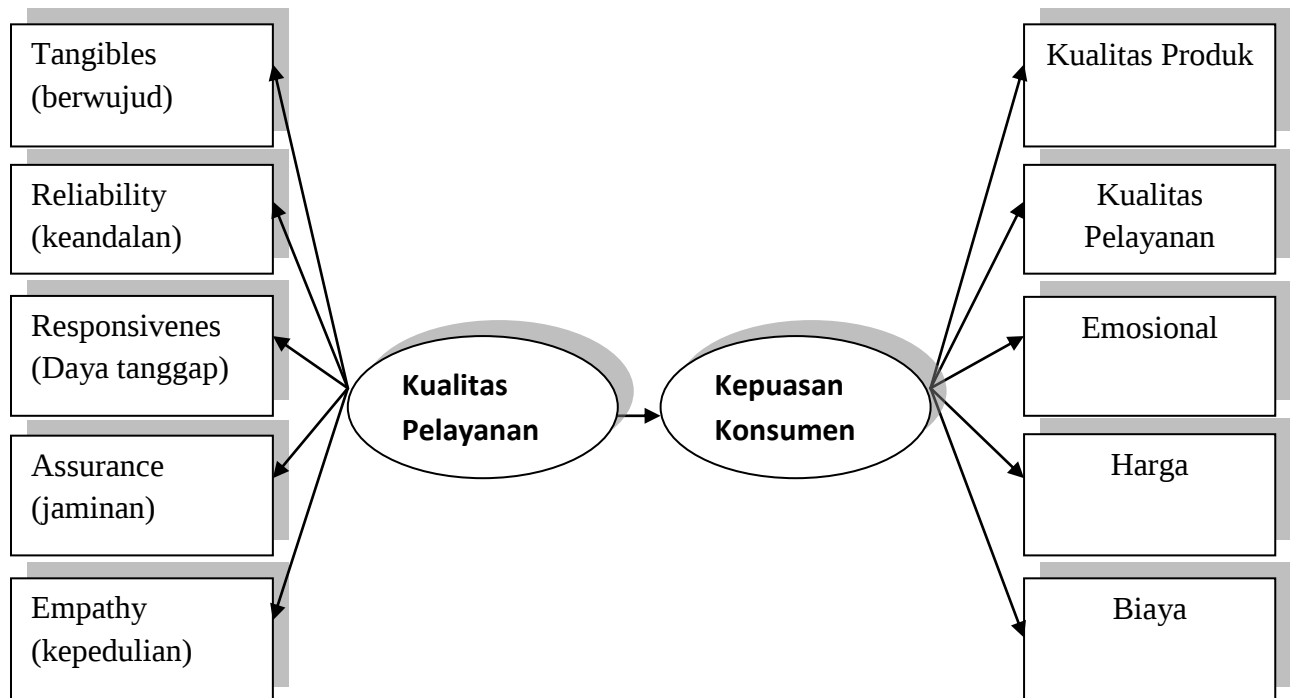
(Y)	keseluruhan sikap dan tanggapan konsumen terhadap produk atau jasa yang timbul atas perasaan, baik itu berupa kesenangan atau ketidakpuasannya ng dirasakan setelah memperoleh dan menggunakan suatu produk atau jasa. Sudaryono (2014:49)		mereka menunjukkan produk yang mereka gunakan berkualitas.	Meliala Jaya bertarafkan SNI. 2. Kualitas Sarung tangan CV Meliala Jaya tidak kalah dengan produk pesaingnya.
		<i>Kualitas Pelayanan</i>	.Konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang harapan.	3.Karyawan CV Meliala Jaya memberikan pelayanan sesuai dengan prosedur dan sikap jujur dalam memberikan keterangan. 4.Pelayanan yang diberikan sangat mempermudah konsumen dalam pemesanan. 5.Kenyamanan unutk parkir sesuai dengan harapan konsumen
		<i>Emosional</i>	Konsumen akan merasa puas ketika orang memujinya	6.Konsumen merasa senang atau bangga menggunakan

			karena menggunakan merek yang berstandarkan SNI.	produk sarung tangan CV Meliala Jaya.	
		<i>Harga</i>	.Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.	7.Harga Sarung tangan CV Meliala Jaya bersaing dengan produk lain yang sejenis. 8.Harga sarung tangan CV Meliala Jaya sesuai dengan Kualitas produk	
		<i>Biaya</i>	Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.	9.Tidak ada biaya tambahan untuk pemesanan dan Jasa antar sarung tangan CV Meliala Jaya. 10.Sarung tangan CV Meliala Jaya dapat dengan mudah diperoleh tanpa membuang banyak waktu.	

3.3 Model Penelitian

Model penelitian ini merupakan kerangka pemikiran yang berisi variabel dan dimensi yang diteliti yang nantinya digunakan untuk dasar pembuatan item-item pertanyaan dalam kuesioner. Pada dasarnya kerangka pemikiran diturunkan dari beberapa teori maupun konsep yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti, sehingga memunculkan asumsi-asumsi yang berbentuk bagan alur pemikiran, yang mungkin dapat dirumuskan kedalam hipotesis operasional atau hipotesis yang dapat diuji. Variabel dan dimensi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 3.1 Model Penelitian



3.4 Penentuan Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi

Suugiono (2002:57) memberikan pengertian bahwa “ populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari ibjek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalh penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan sarung tangan dan alat pelindung raga di CV Meliala Jaya.

3.4.2 Sampel

Arikunto (1998:117) mengatakan bahwa: “ sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagai populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi”. Sugiono (1997:57) memberikan pengertian bahwa: “sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. Dari beberapa pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa: “sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Karena tidak semua data dan infomasi akan diproses dan tidak semua orang atau benda akan diteliti melainkan cukup dengan sampel yang mewakilinya.

Metode sampel dilakukan dengan cara sampling Aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu peneliti dan sesuai dengan karakteristik (ciri-cirinya), maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden). Riduwan (2008:62)

Peneliti akan menentukan seberapa banyak sampel yang akan diteliti, untuk itu peneliti harus menentukan sampel. Menurut Roscoe yang dikutip dari Edi Riadi (2015:27) ukuran sampel yang layak dalam penelitian sebaiknya lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 untuk sebagian besar penelitian. Dan untuk ukuran sampel sebaiknya 10 kali atau lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian. Variabel yang diteliti yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

$$\text{Sampel} = 25 \times \text{jumlah variabel}$$

$$\text{Sampel} = 25 \times 2$$

$$\text{Sampel} = 50$$

Dalam penelitian ini akan diambil 50 responden dari pelanggan sarung tangan dan alat pelindung raga di CV Meliala Jaya. Hal tersebut peneliti menetapkan bahwa jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 50 sampel.

3.5 Jenis sumber data

3.5.1 Sumber Data

Dalam pengumpulan data digunakan dua macam data yaitu data primer dan data sekunder. :

1. Data primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus. (Marzuki 2005:55) dalam Rura Nurhadian (2012) data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data ini tidak tersedia karena memang belum ada riset sejenis yang pernah dilakukan atau hasil riset sejenis sudah kadaluwarsa.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah informasi yang telah dikumpulkan untuk beberapa tujuan, bukan semata-mata untuk tujuan penelitian. Sumber data sekunder mencakup informasi yang telah ada dalam perusahaan dan juga informasi yang bisa didapat dari laporan sediaan, publikasi perdagangan, berbagai organisasi penelitian, data sensus, dan berbagai penyedia informasi (Richard F. Gerson 2001:59)

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian lapangan adalah suatu metode pengumpulan data dengan meninjau secara langsung melihat pada objek penelitian dan melakukan pengamatan secara seksama yang berfungsi untuk membandingkan informasi yang telah diperoleh dengan keadaan yang sesungguhnya. Dalam metode ini, data di peroleh dengan keadaan yang sesungguhnya. Dalam metode ini data diperoleh dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Metode Kuesioner

Yaitu suatu metode dengan cara melakukan pengumpulan data yang disajikan dalam bentuk pernyataan maupun pertanyaan-pertanyaan kepada responden terkait dengan pelayanan yang diminta sehingga responden dapat memberikan jawaban dalam wawancara dan berupaya mengukur apa yang ditemukan dalam wawancara dan menentukan tingkat kesesuaian dari responden.

2. Observasi

Observasi atau sering disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra. Misalnya pengamatan mengenai situasi dan kondisi lapangan.

3. Wawancara

Wawancara atau interviews adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (interviewer) untuk memperoleh informasi dari terwawancara

yaitu melakukan tanya jawab dengan pihak yang bersangkutan/pemilik perusahaan.

4. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur yang dapat menunjang serta melengkapi data yang diperlukan serta berguna bagi penyusunan penelitian ini.

5. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup. Pertanyaan pada angket berpedoman pada indikator-indikator variabel, pengejaannya dengan memilih salah satu alternative jawaban yang disesuaikan.

Pengukuran kuesioner diukur dengan menggunakan Skala Likert, dimana variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Metode ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiono:2012).

1. SS : Sangat setuju diberi bobot 5
2. S : Setuju diberi bobot 4
3. N : Netral diberi bobot 3
4. TS : Tidak setuju diberi bobot 2
5. STS : Sangat tidak setuju diberi bobot 1

3.7 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Didalam pengukuran dikenal dua konsep besar yang digunakan oleh peneliti sebagai syarat lanjutan agar instrumen-instrumen analisis lanjutan maupun dalam pengumpulan data bisa diterima, yaitu: Validitas dan Reliabilitas. Penjelasan lebih lanjut mengenai dua konsep tersebut adalah sebagai berikut:

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana suatu alat ukur layak. Digunakan untuk mengukur suatu yang ingin diukur. Dalam hal ini alat ukur tersebut adalah kuesioner, maka kuesioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin diukur.

Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi *pearson product moment* antara masing-masing pertanyaan dengan menggunakan rumus:

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

Dimana:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah subjek uji coba

x = Butir pertanyaan

y = Faktor yang digunakan dalam penelitian

instrumen di uji coba pada sampel populasi yang diambil jumlah anggota sampel yang digunakan sebanyak 50 orang. Untuk melakukan uji coba validitas, peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada 50 responden, untuk memastikan apakah terdapat item pertanyaan yang valid, atau tidak valid dari masing-masing sub variabel, dengan menggunakan program SPSS.

penilaian uji validitas yang digunakan untuk menguji apakah valid atau tidak valid, hasil r_{hitung} kita bandingkan dengan r_{tabel} dengan sign 5% adalah sebagai berikut:

Jika, $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti Valid, dan

$r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti Tidak Valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Jika alat ukur dinyatakan valid, maka berikutnya alat ukur tersebut diuji reliabilitasnya. Reliabilitas adalah alat yang menunjukkan konsistensi alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Pengujian reliabilitas instrumen dengan *Cronbach Alpha*.

1. Menghitung Varians skor tiap-tiap item dengan rumus:

$$S_i = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

S_i = Varians skor

$\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat item X_i

$(\sum X_i)^2$ = Jumlah kuadrat item X_i dikuadratkan

N = Jumlah responden

2. Menjumlahkan varians semua item dengan rumus:

$$\sum S_i = S_1 + S_2 + S_3 + \dots S_n$$

Dimana:

$\sum S_i$ = jumlah varians semua item

$S_1 + S_2 + S_3 + \dots S_n$ = jumlah item ke 1,2,3... n

3. Mengitung varians total dengan rumus :

$$S_t = \frac{\sum X_t^2 - \frac{(\sum X_t)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

S_t = Varians skor tiap-tiap item

$\sum X_t^2$ = Jumlah kuadrat

$(\sum X_t)^2$ = Jumlah kuadrat X_t dikuadratkan

N = Jumlah responden

4. Memasukkan rumus Alfa Cronbach dengan rumus:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \cdot \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Dimana:

r_{11} = Nilai Reliabilitas

$\sum S_i$ = Jumlah varians skor

S_t = Varians total

k = Jumlah item

Adapun kriteria penilaian uji reliabilitas yang digunakan untuk menguji apakah reliabel atau tidak reliable adalah jika nilai Cronbach Alpha > 0,60 sebagai berikut:

Jika, nilai Cronbach Alpha > 0.60 berarti Reliabel, dan

Nilai Cronbach Alpha < 0,60 berarti Tidak Reliabel

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Korelasi Sederhana

Angka indek korelasi atau koefisien korelasi merupakan angka yang dapat dijadikan petunjuk untuk mengetahui besar/kekuatan (kuat, lemah, atau tidak ada) korelasi di antara variabel yang teliti korelasinya.

1. Metode analisis korelasi adalah metode analisis yang berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel lainnya. Simbol dari besaran korelasi adalah “r” yang disebut koefisien korelasi. Untuk menguji korelasi antara variabel-variabel, di gunakan rumus koefisiensi, yaitu :

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

dimana:

X = Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk

r = Koefisiensi korelasi

Y = Kepuasan pelanggan (Dependent variabel)

n = Banyaknya Data

Pada hakekatnya koefisiensi korelasi mempunyai nilai yang paling kecil adalah -1 dan yang paling besar adalah +1 atau $-1 < r < +1$, yang mempunyai arti :

1. Nilai $r = 0$ atau mendekati nol, maka hubungan kedua variabel adalah sangat lemah atau tidak ada hubungan sama sekali.
2. Nilai $r = +1$ atau mendekati 1, maka korelasi kedua variabel dikatakan positif dan kuat.
3. Nilai $r = -1$ atau mendekati -1, maka korelasi kedua variabel dikatakan kuat dan negatif.

TABEL 3.2
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRESTASI KOEFISIEN
KORELASI

Koefisien Interval	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Menurut Sugiyono (2010:183)

2. Mengitung Koefisien determinasi

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

(Sumber: Sugiyono, 2011 : 275)

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Nilai Koefisien Determinasi

3. Mengitung T hitung dengan Rumus

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

Dimana :

r = Koefisien Korelasi hasil r hitung

n = Jumlah responden

4. mencari t tabel apabila diketahui signifikan untuk $\alpha = 0,05$ dan $df = n-2$
5. membuat keputusan dengan membandingkan t hitung dan t tabel

kaidah keputusannya: jika t hitung > t tabel berarti valid

jika t hitung < t tabel berarti tidak valid

dengan menggunakan SPSS for windows 22.0 maka dapat hasil validitas Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

3.8.2 Analisis Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dilandaskan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel dependen (Sugiono,2012:70). Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara variabel X dan Y, dan jika ada hubungan bagaimanakah arah hubungan dan seberapa besar hubungan tersebut. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Subjek dalam variabel dependen

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

a = Harga Y bila X = 0 (Harga Konstan)

b = Angka arah koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

Koefisien kemiringan/slop (b) dihitung dengan menggunakan rumus berikut.

$$b = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Nilai a dihitung dengan menggunakan rumus berikut.

$$a = \frac{\sum Y - b(\sum X)}{n}$$

Hipotesis regresi linear sederhana

$H_0 : \beta = 0 \implies$ Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

$H_a : \beta \neq 0 \implies$ Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

- Kesalahan Baku Regresi Berganda

Kesalahan baku dalam regresi adalah suatu ukuran untuk melihat ketepatan antara nilai dugaan(Y)dengan nilai sebenarnya ($\hat{Y}$). Perbedaan nilai dugaan dengan nilai sebenarnya disebut dengan residu atau error (Purwanto, 2004 : 518). Berdasarkan pada kenyataan bahwa tidak mungkin untuk mendapatkan nilai dugaan dengan ketepatan 100%, maka diperlukan suatu ukuran seberapa besar pendugaan terjadi. Suatu ukuran yang mengukur ketidak-akuratan nilai dugaan disebut Kesalahan Baku Pendugaan atau Standar Error.

$$Y = a + bX \longrightarrow \hat{Y} = a + X$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum y}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

- Menghitung statistik pengujian:

$$SCP = \sum xy \frac{\sum X - \sum Y}{n}$$

$$SSX = \sum xy^2 \frac{(\sum X)^2}{n}$$

$$b = \frac{SCP}{SSX}$$

$$a = \bar{Y} - b \cdot x$$

- Menghitung kesalahan baku pendugaan untuk regresi sederhana sebagai berikut:

$$S_{yx} = \sqrt{\frac{\sum (\hat{Y} - Y)^2}{n-2}}$$

$$S_b = \frac{S_{yx}}{\sqrt{SSX}}$$

- Menghitung nilai t hitung

$$t = \frac{b}{S_b}$$

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Tinjauan Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan Meliala Jaya

Perusahaan ini didirikan pada tahun 1994 oleh pasangan suami istri Bapak Adil Sembiring Meliala dan Ibu Oktapiana BR Ginting di daerah Sukaregang, Garut – Jawa Barat. Pada awalnya Beliau Ibu Oktapiana BR Ginting bekerja sebagai Guru Agama di sekolah dasar sedangkan suaminya Bapak Adil Sembiring Meliala sebagai guru Ekonomi di SMA di Jakarta, namun dengan alasan suami dari Ibu Oktapiana yang tidak ingin terus menerus sebagai pekerja yang terikat oleh jam kerja, gaji dan berbagai aturan dari tempat kerja maka suami beliau memutuskan untuk membuka usaha sendiri.

Pada tahun 1994, awalnya perusahaan ini belum memproduksi sendiri mereka mengambil bahan baku kulit jadi dari tempat lain untuk mereka jahit sendiri menjadi sarung tangan. Usaha ini dimulai dari Company Profile yang mendatangkan langsung ke perusahaan.

Pada tahun 2003 Meliala Jaya mengalami perkembangan yang sangat baik, itu terbukti dari cara mereka memperluas usahanya yaitu mereka membeli rumah di daerah Perkampungan Industri Kecil disebelah rumahnya untuk dijadikan tempat menjahit. Tidak lama berselang yaitu pada tahun 2008 mereka membeli sebidang tanah di Garut yang berlokasi di Desa Lebakagung Sukaregang-Garut sebagai tempat produksi sarung tangan dan alat-alat pelindung raga. Alasan Bapak Adil dan Ibu Oktapiana membuka pabrik di Garut dikarenakan daerah Sukaregang sudah dikenal dengan industri pengolahan kulitnya, sehingga dekat dengan bahan baku.

Seiring dengan perkembangan usaha Meliala Jaya yang terus mengalami perkembangan yang baik, akhirnya Bapak Adil dan Ibu Oktapiana merundingkan usaha mereka, mereka merundingkan siapa diantara mereka yang akan fokus untuk menjalankan usaha ini dan juga mengontrol pabrik mereka di Garut. Dengan mempertimbangkan segala hal maka diputuskanlah Bapak Adil yang akan fokus menjalankan usaha tersebut dan Bapak Adil pulalah yang mengawasi jalannya

produksi di Garut. Walaupun demikian Ibu Oktapiana tidak begitu saja lepas tangan dengan usaha yang dia bangun bersama suaminya tersebut. Ibu Oktapiana tetap mengontrol usahanya yang berada di Jakarta. Adakalanya Ibu Oktapiana berkunjung ke Garut untuk melihat jalannya pabrik mereka dan mengawasi karyawan-karyawannya.

Bapak Adil dan Ibu Oktapiana pun sudah mulai mengajari anaknya untuk menjalankan usaha ini. Mereka mulai memperkenalkan kepada putra pertama mereka bagaimana proses produksi sarung tangan dan alat-alat pelindung raga dan cara memasarkan produk ke perusahaan-perusahaan. Karena Bapak Adil dan Ibu Oktapiana berharap bahwa anaknya kelak dapat meneruskan usaha Meliala Jaya nantinya.

Pada tahun 2014 Bapak Adil Sembiring menyerahkan perusahaannya di kelola oleh anaknya yaitu Natalius Sembiring, sementara beliau hanya memantau dan memeriksa keadaan perusahaan. Natalius Sembiring mungkin sudah biasa mengenal dunia bisnis sebab ia sering mengikuti ayahnya untuk mengirim barang ke konsumen dan melihat bagaimana caranya menjalankan sebuah bisnis. Maka tidak heran jika sekarang Natalius sudah akrab dengan dunia bisnis.

4.1.2 Perizinan Perusahaan Meliala Jaya

Perizinan Perusahaan Meliala Jaya yaitu:

- SIUP : 3406/13-1.824.51
- Npwp : 09.448.401.1-004.000
- TDP : 155/1.824/09

4.1.3 Lokasi Perusahaan

CV Meliala Jaya merupakan perusahaan yang berada kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Blok C No. 108-109 Cakung, Jakarta Timur.

4.1.4 Profil Perusahaan

Perusahaan ini merupakan perusahaan yang memproduksi sarung tangan yang berdiri pada tahun 1994 dan didirikan oleh Bapak Adil Sembiring. Bahan dasar yang digunakan dalam membuat sarung tangan adalah kulit sapi yang didapatkan dari para supplier. Adapun profil usaha lebih rinci adalah sebagai berikut:

Nama Perusahaan	: CV Meliala Jaya
Nama Pemilik IKM	: Natalius Sembiring
Jabatan	: Pimpinan (Pemilik)
Jenis Produk	: Sarung Tangan
Alamat Perusahaan	: Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Blok C No. 108-109 Cakung, Jakarta Timur
Luas Perusahaan	: 230 m ²
Telepon	: (021) 4603609/082138211909
Mulai Berdiri	: Tahun 1994
Jumlah Tenaga Kerja	: 31 Karyawan
No. SIUP	: 224/24.1.0/31.75.06.0000/-1.824.27/2015
No.TDP	: 09.04.3.46.23471

No.NPWP : 73.798.843.6-004.000
Email : meliala.jaya@yahoo.com

4.2.Struktur Organisasi Dan Deskripsi Pekerjaan

4.2.1. .Struktur Organisasi

Struktur organisasi dapat diartikan sebagai susunan dan hubungan antara bagian dan posisi dalam suatu perusahaan. Dalam struktur organisasi pembagian tugas antara bagian dalam suatu perusahaan dapat dilihat dan dibedakan sesuai dengannya fungsi masing-masing. Struktur organisasi dalam perusahaan CV Meliala Jaya masih dikatakan sangat sederhana.

Menurut Amirullah dan Haris Budiyo dalam bukunya yang berjudul Pengantar Manajemen terbitan tahun 2004, terdapat beberapa bentuk (tipe) struktur organisasi, yaitu:

1. Struktur organisasi garis

Bentuk struktur organisasi semacam ini biasanya digunakan pada lembaga atau perusahaan yang sederhana dan kecil. Hal ini dibutuhkan untuk mengambil tindakan dan keputusan yang cepat. Garis dalam hal ini diartikan sebagai garis atau jalur ke atas dan ke bawah, bukan kesamping. Ke atas sebagai jalur pelaporan tanggung jawab, sedangkan kebawah adalah sebagai jalur pendelegasian tugas atau wewenang. jadi, fungsi yang di bawah adalah fungsi pertanggung jawaban langsung kepada atasan setingkat lebih tinggi.

2. Struktur organisasi garis dan staf

Struktur organisasi ini hampir sama dengan struktur organisasi garis. Hanya di dalamnya terdapat staf ahli yang memberikan konsultasi mengenai kebijaksanaan dan langkah tertentu atau staf ahli yang berfungsi sebagai pembantu pimpinan perusahaan dalam manajemen.

3. Struktur organisasi fungsional

Struktur organisasi fungsional adalah bentuk susunan organisasi yang memberikan gambaran bahwa pembagian tugas dan kewenangan disusun menurut fungsi-fungsi pekerjaan tertentu yang dibutuhkan. Pembagian fungsi-fungsi pekerjaan tersebut di jabarkan dan dialokasikan menurut kebutuhan dan ruang lingkup pekerjaan yang ada pada suatu organisasi.

4. Struktur organisasi matrik

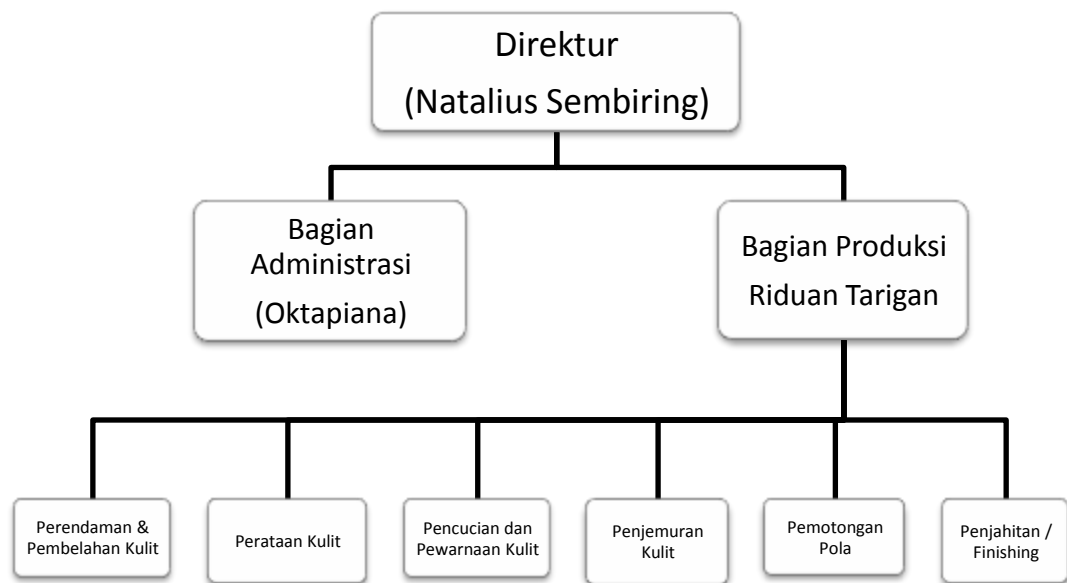
Struktur organisasi matriks adalah organisasi yang susunannya ditandai dengan adanya dua klasifikasi. Pertama, berlaku pada lini pertama dan kedua, yang pelimpahan wewenang bersifat fungsional dan devisional. Alur wewenang dan pertanggung jawaban bersifat vertical. Klasifikasi kedua, berlaku pada lini staf yang berada di bawah. Sifat dan alur wewenang serta tanggung jawab adalah vertical dan horizontal. Artinya, para staf memiliki dua atasan sehingga mereka berada di bawah dua wewenang.

5. Struktur organisasi proyek

Struktur organisasi proyek disusun atas dasar pembentukan tim-tim khusus biasanya masing-masing adalah para spesialis yang diperlukan untuk menyelesaikan dan mencapai tujuan-tujuan khusus pula. Pucuk pimpinan dalam operasionalnya memiliki wewenang lini dalam usaha menjelaskan kepemimpinannya untuk menyelesaikan suatu proyek tertentu. Jika proyek telah selesai maka tim-tim tadi dibubarkan.

Struktur organisasi yang digunakan dalam perusahaan CV Meliala Jaya adalah jenis organisasi lini, dimana kepemimpinan hanya terdapat pada satu orang dan pimpinan tersebut berhubungan langsung dengan para bawahannya, begitu juga sebaliknya karyawan akan bertanggung jawab secara langsung terhadap pimpinan. Organisasi garis memiliki ciri yaitu organisasinya masih dalam lingkup kecil, jumlah karyawan sedikit dan saling mengenal serta spesialisasi kerja belum tinggi.

Gambar 4.1 Struktur Organisasi



4.2.2. Deskripsi Pekerjaan

Berikut adalah penjelasan atau gambaran mengenai tugas dan tanggungjawab masing-masing bagian di CV Meliala Jaya :

- **Direktur**
 - Memimpin, mengelola dan mengkoordinasikan kegiatan organisasi.
 - Menyusun rencana kerja perusahaan.
 - Memastikan ketersediaan sumber daya untuk melaksanakan kegiatan operasional.
 - Memonitor pelaksanaan kerja karyawan.
 - Menetapkan kebijakan dan arahan organisasi.
 - Mengesahkan, merevisi, menunda, dan membatalkan program kerja.
 - Mengangkat dan memutuskan hubungan kerja dengan pegawai.
 - Menandatangani kontrak dengan klien.
- **Bidang Administrasi**
 - Melaksanakan *recruitment* (seleksi), mengkoordinasikan masa percobaan karyawan dan pengusulan penetapan status karyawan sesuai dengan peraturan perusahaan.
 - Mengeluarkan teguran dan membuat surat peringatan.
 - Menandatangani surat yang bersifat administrasi kepada pihak eksternal.
 - Menyiapkan dokumen kontrak termasuk dokumen pendukungnya.
 - Mengevaluasi absensi karyawan.
 - Mengelola hak cuti karyawan.
 - Mengelola hak gaji dan upah karyawan.
 - Menyiapkan dokumentasi administrasi hubungan kerja.
 - Menjamin bahwa kegiatan system manajemen mutu ditetapkan, dan dipelihara.

- Melaporkan kinerja system manajemen mutu dan kebutuhan untuk pengembangannya kepada direktur.
- Mengumpulkan data - data keuangan.
- Mendampingi pemilik perusahaan dalam melakukan pemasaran.
- Bidang Produksi
 - Merencanakan alokasi fasilitas dan proses produksi atas order yang masuk.
 - Menyiapkan kebutuhan sumber daya untuk pelaksanaan produksi.
 - Menyiapkan jadwal pelaksanaan produksi dan lokasi tenaga kerja.
 - Memonitor kelancaran pelaksanaan produksi di lapangan.
 - Melanjutkan atau menghentikan kegiatan proses produksi yang di akibatkan oleh situasi yang tidak terkendali di lokasi atas persetujuan Direktur.
 - Menetapkan group yang akan melaksanakan proses produksi.
 - Menetapkan kebutuhan material dan pendukung untuk keperluan proses produksi.
 - Menambah atau mengurangi alokasi beban kerja operator sesuai dengan perkembangan situasi di lapangan.
 - Pengulitan : Tenaga bertugas untuk memproses kulit yang baru datang dari suplier hingga menjadi kulit yang siap dipakai.
 - Pembuat Pola : Bertugas untuk membuat pola atau desain sarung tangan yang nantinya akan diproduksi.
 - Penjahitan : Tenaga bertugas untuk menjahit bahan baku (kulit) sesuai dengan pola atau desain yang telah dibuat.
 - Quality Control : Bertugas mengecek sarung tangan yang sudah dijahit sudah layak digunakan atau belum.

4.3 Visi dan Misi Perusahaan

- Visi

Visi adalah target yang pantas. Untuk memilih arah, seorang pemimpin harus terlebih dahulu mengembangkan citra mental mengenai kondisi yang memungkinkan dan diinginkan bagi organisasi tersebut. Citra ini yang disebut dengan visi, samar dengan mimpi atau tujuan. CV Meliala Jaya memiliki visi, yakni :

“Senantiasa berkomitmen untuk meningkatkan mutu, ketepatan waktu pengiriman dan penanganan komplain secara tepat waktu”

- Misi

Misi merupakan pernyataan dan langkah dalam mencapai visi tersebut. CV Meliala Jaya memiliki misi, yaitu:

- Mengurangi produk cacat sebesar dari tahun sebelumnya
- Penyelesaian order tepat waktu
- Pengiriman barang kepada pelanggan sesuai pesanan
- Penanganan complain paling lambat 2 hari kerja

4.4 Produk yang Dipasarkan

Produk tidak sebatas pada benda-benda fisik, apa saja yang berkemampuan untuk memenuhi kebutuhan dapat dinamakan produk. Disamping barang dan jasa, yang termasuk produk adalah manusia, tempat, organisasi kegiatan, dan gagasan.

Produk yang dipasarkan oleh CV Meliala Jaya adalah sarung tangan, sarung tangan termasuk klasifikasi barang konsumsi yaitu barang toko disebut juga barang belanjaan. Barang toko (barang belanjaan) adalah barang konsumsi yang dalam proses seleksi dan pembelian, pelanggan biasanya membandingkan

atas dasar seperti kualitas, pantas-tidaknya (keserasian atau kecocokan), harga, gaya dan modelnya. Barang toko dapat dibagi lagi menjadi barang seragam dan barang tidak seragam. Sarung tangan merupakan barang toko yang seragam, sebab pembeli memandang barang mempunyai mutu yang sama akan tetapi harganya berbeda sehingga patut dilakukan perbandingan, penjual harus membicarakan tentang harga kepada pembeli. Sarung tangan yang dijual oleh CV Meliala Jaya mempunyai harga sebagai berikut:

Tabel 4.1 Harga Produk 2011-2015

No.	Jenis Sarung Tangan	Harga Produk Tiap Tahun (Rp)				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	ST Kombinasi	Rp 3.500	Rp 4.500	Rp 4.500	Rp 5.500	Rp 5.500
2	ST Polos	Rp 2.700	Rp 3.300	Rp 3.300	Rp 4.500	Rp 4.500

Sumber : CV Meliala Jaya

4.5 Wilayah Pemasaran

Wilayah pemasaran CV Meliala Jaya adalah pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan hingga Papua. Benua Asia yakni Singapura dan RRT (Republik Rakyat Tiongkok). CV Meliala Jaya juga menjual produknya di toko secara langsung.

Segmentasi pasar CV Meliala Jaya termasuk pada semua variabel utama segmentasi pasar. Pada segmentasi geografik CV Meliala Jaya memasarkan produknya berfokus pada pasar dalam negeri khususnya pulau Jawa dan Sumatera, serta pasar luar negeri yang dipasarkan di daerah Asia. Pada segmentasi demografiknya CV Meliala Jaya memiliki target umur berkisar 20-60 tahun. Dalam segmentasi psikografik CV Meliala Jaya mempunyai target pembeli pada kelas sosial yang rendah, menengah hingga tinggi. Serta pada segmentasi perilaku perusahaan ini menargetkan pada konsumen yang mengutamakan keselamatan anggota tubuhnya.

4.6 Aspek Produksi

aktivitas produksi sebagai suatu bagian dari fungsi organisasi perusahaan bertanggung jawab terhadap pengolahan bahan baku menjadi produksi jadi yang dapat dijual. Untuk melaksanakan fungsi produksi tersebut, CV Meliala Jaya memproduksi selama 24 jam per hari, dimana para karyawannya mengerjakan produk sesuai dengan kemampuan mereka masing-masing dalam arti tidak ada pembatasan jam kerja yang di berlakukan dalam perusahaan ini, itu dikarenakan gaji yang mereka terima ditentukan dari hasil kinerja yang mereka hasilkan.

4.6 Produk sarung tangan CV Meliala Jaya

4.6.1 Produk

CV Meliala Jaya memproduksi, yaitu:

- a. Sarung Tangan Kombinasi



Gambar 4.2 Sarung Tangan Kombinasi

b. Sarung Tangan Polos



Gambar 4.3 Sarung Tangan Polos

4.6.2 Bahan Baku

- Kulit Sapi
- Benang jahit
- Bahan kimia

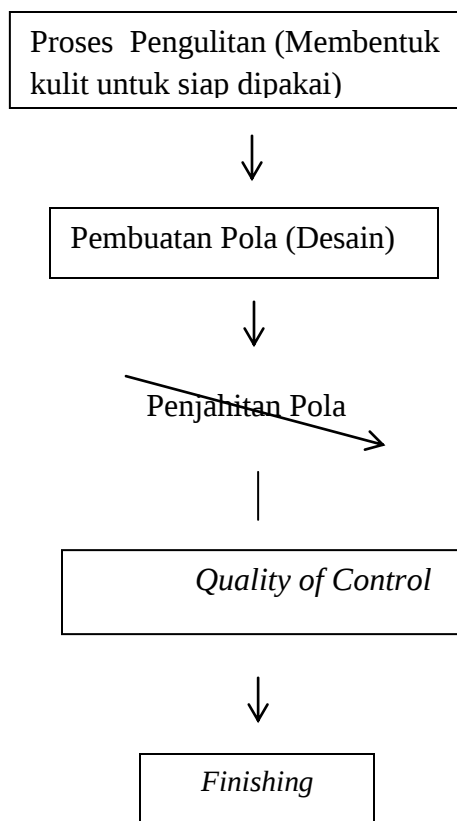
4.6.3 Mesin dan Peralatan

Mesin Proses Pembentukan bahan baku (kulit) yaitu ebagai berikut:

- Alat perataan kulit, alat ini digunakan untuk menyeleksi dan memilih kulit yang dengan kualitas bagus.
- Perendaman menggunakan Chemical, tahapp ini berguna agar pori-pori kulit dapat terangkat dan terpisah
- Penjemuran kulit di bawah sinar matahari dilakukan selama 3 jam
- Pembuangan bulu yang dilakukan untuk memisahkan antara kulit asli dengan bulu-bulu yang masih menempel di kulit.
- Pelemasan kulit menggunakan soda, pada tahap ini setelah kulit dijemur lalu kulit dilemaskan kembali

- Setelah itu bahan baku (kulit) siap pakai

4.6.4 Proses Produksi



Gambar 4.4 Proses Produksi

a) Proses Pembentukan bahan baku

Proses pembentukan bahan baku merupakan proses produksi tahap pertama dalam pembuatan sarung tangan di CV Meliala Jaya. Pada tahap ini karyawan yang bekerja mempunyai tugas untuk mengolah kulit dari proses awal sampai siap pakai

untuk membuat sarung tangan. Dalam seminggu karyawan dapat menghasilkan sarung tangan sebanyak 1000 lusin untuk sarung tangan kombinasi dan polos.

Pada tahap ini proses pengulitan dilakukan dengan melalui beberapa tahap, yang pertama memilih mutu bahan baku yang berkualitas. Selanjutnya kulit yang sudah dipilih masuk ketahap perataan dengan bantuan sebuah mesin kemudian kulit tersebut direndam menggunakan air agar zat kimia yang menempel di kulit dapat terlepas. Lalu bulu-bulu yang masih menempel dikulit dipisahkan dari kulit setelah itu dilemaskan menggunakan mesin. Setelah dikeluarkan dari mesin pelemaan kemudian kulit dijemur dibawah sinar matahari langsung sampai kering dan masuk ke tahap pelemaan lagi agar kulit dapat dibentuk dengan mudah.

b) Proses pembuatan pola (desain)

Proses pembuatan pola adalah proses membuat pola (desain) dengan berbagai bentuk dan motif. Proses pembuatan pola pada sarung tangan ini tidak memiliki banyak model karena sarung tangan yang diproduksi digunakan sebagai alat pelindung raga bagi para pekerja di perusahaan konstruksi atau manufaktur.

c) Penjahitan

Penjahitan adalah kegiatan menjahit pola yang sudah ditentukan dengan menggunakan mesin jahit manual. Proses penjahitan ini menggunakan tenaga ahli khusus dalam menjahit, karena menjahit pola pada kulit agak sulit sehingga membutuhkan keterampilan khusus. Untuk banyaknya kulit yang dihasilkan dari proses penjahitan tergantung dari proses pembuatan pola.

d) *Quality of Control* atau *Finishing*

Quality of Control merupakan bagian yang sangat penting karena bertugas untuk mengecek serta mengontrol produk yang sudah dijahit memiliki kesalahan atau tidak. Pada bagian *Quality of Control* diperlukan ketelitian yang sangat tinggi, karena

tahap ini merupakan yang terakhir untuk pengecekan apakah produk sesuai dengan standar perusahaan.

4.7 Aspek Personalia

Manajemen personalia yaitu perencanaan , pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan kegiatan-kegiatan pengadaan, pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan dan pelepasan sumberdaya manusia agar tercapai berbagai tujuan individu, organisasi, dan masyarakat.

4.7.1 Perekrutan dan Penempatan Karyawan

Perekrutan karyawan biasanya dilakukan oleh pimpinan (pemilik). Dalam melakukan perekrutan biasanya CV Meliala Jaya melakukan percobaan dalam masa kerja dengan waktu tertentu, dan berdasarkan pengalaman yang telah dimiliki oleh calon karyawan tersebut. Adapun rincian tenaga kerja yang terdapat dalam CV Meliala Jaya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.2 Daftar Tenaga Kerja

No.	Bagian	Jenis Kelamin		Jumlah Karyawan
		Laki – Laki	Perempuan	
1.	Bidang Adminisdtrasi	-	1	1 Karyawan
2.	Bidang Pemasaran	-	1	1 Karyawan

2.	Bidang Produksi	29	-	14 Karyawan
	Total Karyawan			29 Karyawan

Sumber : CV Meliala Jaya

Karyawan dalam bidang produksi merupakan jumlah karyawan yang paling banyak. Ini dikarenakan dalam bidang produksi membutuhkan lebih banyak tenaga kerja untuk menyelesaikan target produksi yang ditentukan. Berikut adalah rincian jumlah karyawan dalam bidang produksi :

Tabel 4.3 Tenaga Kerja Bag. Produksi

No.	Bagian	Jenis Kelamin		Jumlah Karyawan
		Laki laki	Perempuan	
1.	Ka. Produksi	1	-	1
2.	Perendaman & Pembelahan kulit	4	-	4
3.	Perataan Kulit	2	-	2
4.	Pencucian / Pewarnaan	3	-	3
5.	Penjemuran	2	-	2
6.	Pembuatan Pola/ Desain	7	-	7
7.	Penjahitan/Finishing	10	-	10
	Total Karyawan			29

4.8 Gambaran Umum Responden

Jumlah responden yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 50 orang. Secara praktis pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan lebih dari 50 buah kuesioner. Hal ini didasarkan pada kenyataannya cukup banyak

kuesioner yang memiliki respon yang tidak lengkap. Penentuan sampel dilakukan dengan terlebih dahulu memastikan bahwa responden adalah orang yang sudah pernah memakai atau membeli, produk sarung tangan dan alat pelindung raga dari CV Meliala Jaya.

Penyajian data mengenai identitas responden di sini, yaitu untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri pada responden. Adapun gambaran tentang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini di klasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, umur, tingkat pekerjaan. Berikut ini akan dibahas mengenai kondisi dari masing-masing klasifikasi responden tersebut.

4.8.1 Responden Menurut Jenis Kelamin

Lokasi penyebaran kuesioner kepada responden dilakukan di Toko CV Meliala Jaya di Jakarta, sehingga memungkinkan bahwa konsumen yang ada di dalamnya bervariasi dalam jenis kelaminnya.

Komposisi responden menurut jenis kelamin disajikan pada Tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4

Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden
Pria	38
Wanita	12
Total	50

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah pria yaitu sebanyak 38 orang (38,0%) sedangkan responden wanita sebanyak 12 orang atau 12%. Hal ini dikarenakan pria seringkali lebih aktif dibanding wanita.

4.8.2 Responden Menurut Umur

Dengan variatifnya responden Konsumen dari CV Meliala Jaya, maka akan memungkinkan responden juga bervariasi berdasarkan umur. Di sisi konsumen suatu produk, umur seringkali menjadi penentu atas tindakan atau keputusan atau perilaku berkaitan dengan suatu produk barang atau jasa. Tabulasi umur responden dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.5

Jumlah Responden Menurut Umur

Umur	Jumlah Responden
< 18 th	4
19 – 30 th	17
31 – 50 th	29
Total	50

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa untuk umur responden yang terbanyak adalah yang berumur antara 31 – 50 tahun yaitu sebanyak 29 orang atau 29%, diikuti dengan usia responden 19 – 30 tahun yaitu sebanyak 17 orang atau 17%. Hal ini dikarenakan konsumen dari CV Meliala Jaya pemakaian produknya rata-rata berumur 31 – 50 tahun.

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

5.1.1 Uji validitas

Berkaitan dengan pengujian validitas instrumen Arikunto (1995:63-69) menjelaskan bahwa validitas adalah suatu alat ukur yang menunjukkan tingkat keandalan suatu alat ukur. Sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang diteliti. Teknik yang digunakan untuk uji validitas ini adalah *Korelasi Pearson product moment*. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan valid, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid. Untuk sampel 50 responden, nilai r tabel = 0,279.

Adapun hasil uji validitas dengan menggunakan bantuan aplikasi program SPSS for Windows versi 22.0. pengujian validitas pada variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

1. Pengolahan data Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan Item pertanyaan 1 melalui perhitungan Manual

Tabel 5.1 pertanyaan item 1 validitas kualitas pelayanan

RESPONDEN	X	Y	XY	X ²	Y ²
1	4	48	192	16	2304
2	5	46	230	25	2116
3	3	32	96	9	1024
4	4	42	168	16	1764
5	2	24	48	4	576
6	4	38	152	16	1444

7	4	38	152	16	1444
8	3	34	102	9	1156
9	2	30	60	4	900
10	3	32	96	9	1024
11	3	34	102	9	1156
12	3	34	102	9	1156
13	3	38	114	9	1444
14	3	32	96	9	1024
15	3	32	96	9	1024
16	3	32	96	9	1024
17	3	32	96	9	1024
18	3	28	84	9	784
19	5	42	210	25	1764
20	4	36	144	16	1296
21	4	38	152	16	1444
22	4	38	152	16	1444
23	3	38	114	9	1444
24	5	50	250	25	2500
25	4	41	164	16	1681
26	4	42	168	16	1764
27	5	38	190	25	1444
28	4	32	128	16	1024
29	2	26	52	4	676
30	4	40	160	16	1600
31	4	36	144	16	1296
32	5	44	220	25	1936
33	4	42	168	16	1764
34	3	40	120	9	1600
35	3	36	108	9	1296
36	3	36	108	9	1296
37	3	32	96	9	1024
38	4	32	128	16	1024
39	4	40	160	16	1600
40	4	40	160	16	1600
41	4	18	72	16	324

42	4	48	192	16	2304
43	5	50	250	25	2500
44	5	22	110	25	484
45	1	16	16	1	256
46	5	50	250	25	2500
47	5	50	250	25	2500
48	1	14	14	1	196
49	3	28	84	9	784
50	4	37	148	16	1369
	180	1798	6764	696	68122

Sumber: Data diolah

- ✓ berdasarkan perhitungan manual variabel kualitas pelayanan pada item pertanyaan 1 maka dicari r hitungnya yaitu sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r = \frac{50.6764 - (180)(1798)}{\sqrt{\{50.696 - (32400)\} \{50.68122 - (3232804)\}}}$$

$$r = \frac{14560}{\sqrt{\{2400\} \{173296\}}} = 0,713$$

hasil pengujian validitas item pertanyaan 1 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid karna $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu **0,713 > 0,279** yang berarti instrumen penelitian item pertanyaan 1 pada variabel kualitas pelayanan layak digunakan sebagai pengumpulan data dalam penelitian.

2. Pengolahan data Uji Validitas Kepuasan Konsumen item pertanyaan 1 melalui perhitungan manual

Tabel 5.2 item pertanyaan 1 Kepuasan Konsumen

RESPONDEN	X	Y	XY	X ²	Y ²
1	5	45	225	25	2025
2	5	48	240	25	2304
3	2	30	60	4	900
4	5	41	205	25	1681
5	2	21	42	4	441
6	3	39	117	9	1521
7	3	39	117	9	1521
8	3	31	93	9	961
9	3	24	72	9	576
10	3	34	102	9	1156
11	4	36	144	16	1296
12	4	36	144	16	1296
13	4	44	176	16	1936
14	4	31	124	16	961
15	4	39	156	16	1521
16	4	39	156	16	1521
17	4	38	152	16	1444
18	4	29	116	16	841
19	5	48	240	25	2304
20	3	33	99	9	1089
21	4	36	144	16	1296
22	3	38	114	9	1444
23	4	38	152	16	1444
24	5	50	250	25	2500
25	4	40	160	16	1600
26	5	40	200	25	1600
27	3	46	138	9	2116
28	2	36	72	4	1296
29	3	23	69	9	529
30	4	41	164	16	1681

31	5	34	170	25	1156
32	4	48	192	16	2304
33	3	40	120	9	1600
34	4	35	140	16	1225
35	4	38	152	16	1444
36	4	33	132	16	1089
37	3	34	102	9	1156
38	4	34	136	16	1156
39	5	39	195	25	1521
40	3	42	126	9	1764
41	1	30	30	1	900
42	5	46	230	25	2116
43	5	41	205	25	1681
44	1	28	28	1	784
45	2	19	38	4	361
46	5	50	250	25	2500
47	5	50	250	25	2500
48	1	11	11	1	121
49	2	34	68	4	1156
50	5	46	230	25	2116
	182	1845	7048	728	71451

Sumber: data diolah

- ✓ berdasarkan perhitungan manual variabel kualitas pelayanan pada item pertanyaan 1 maka dicari r hitungnya yaitu sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r = \frac{50.7048 - (182)(1845)}{\sqrt{\{50.728 - (33124)\} \{50.71451 - (3404025)\}}}$$

$$r = \frac{16610}{\sqrt{\{3276\} \{168525\}}} = 0,706$$

hasil pengujian validitas item pertanyaan 1 menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen dinyatakan valid karna $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu $0,706 > 0,279$ yang berarti instrumen penelitian item pertanyaan 1 pada variabel kepuasan konsumen layak digunakan sebagai pengumpulan data dalam penelitian.

Setelah perhitungan manual dan perhitungan dengan menggunakan SPSS dilakukan, maka hasil uji validitas dapat disimpulkan dalam tabel berikut :

Tabel 5.3 Uji Validitas

Variabel	No item pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	1	0,713	0,279	Valid
	2	0,813	0,279	Valid
	3	0,596	0,279	Valid
	4	0,783	0,279	Valid
	5	0,814	0,279	Valid
	6	0,759	0,279	Valid
	7	0,792	0,279	Valid
	8	0,762	0,279	Valid
	9	0,778	0,279	Valid
	10	0,802	0,279	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	11	0,706	0,279	Valid
	12	0,574	0,279	Valid
	13	0,86	0,279	Valid

	14	0,801	0,279	Valid
	15	0,854	0,279	Valid
	16	0,837	0,279	Valid
	17	0,801	0,279	Valid
	18	0,754	0,279	Valid
	19	0,849	0,279	Valid
	20	0,801	0,279	Valid

Sumber: hasil perhitungan SPSS

Pada pengujian diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari 0,279. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator tersebut adalah valid. Sehingga seluruh item pertanyaan dapat diajukan sebagai alat ukur dalam pengumpulan data.

5.1.2 Uji Reliabilitas

Jika alat ukur dinyatakan valid, maka berikutnya alat ukur tersebut diuji reliabilitasnya. Reliabilitas adalah alat yang menunjukkan konsistensi alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Pengujian reliabilitas instrumen dengan *Cronbach Alpha*. Adapun hasil uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

Tabel 5.4 Hasil Uji Reliabilitas (Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen)

Item pertanyaan	Varians setiap Item (Si)	Varians semua Item Per Variabel (ΣS_i)	Total Varians Per Variabel (St)	Nilai Reliabilitas Per Variabel (r_{11})	Ket Per Variabel
-----------------	--------------------------	--	---------------------------------	--	------------------

1	0,960				
2	1,121				
3	0,824				
4	1,323				
5	1,116				
6	1,148				
7	1,072				
8	1,475				
9	1,249				
10	1,275	11,9456	69,3184	0,9108	Reliabel
11	1,312				
12	1,129				
13	1,105				
14	0,960				
15	1,475				
16	1,013				
17	0,960				
18	1,035				
19	1,113				
20	0,960	11,0604	67,41	0,9196	Reliabel

Sumber: Data diolah

- ✓ Hasil perhitungan varians skor item pertanyaan 1 masing-masing pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen

$$S_i = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

$$S_i = \frac{696 - \frac{(180)^2}{50}}{50}$$

$$S_i = \frac{696 - 648}{50} = 0,960 \text{ (Kualitas Pelayanan)}$$

$$S_i = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

$$S_i = \frac{728 - \frac{(182)^2}{50}}{50}$$

$$S_i = \frac{728 - 662,48}{50} = 1,310 \text{ (Kepuasan Konsumen)}$$

- ✓ Hasil perhitungan menjumlahkan semua Varians masing-masing variabel :

$$\sum S_i = S_1 + S_2 + S_3 + \dots S_n$$

$$\begin{aligned} \sum S_i &= 0,960 + 1,121 + 0,824 + 1,323 + 1,116 + 1,148 + 1,072 + 1,457 + 1,249 + 1,275 \\ &= 11,9456 \text{ (Kualitas Pelayanan)} \end{aligned}$$

$$\sum S_i = S_1 + S_2 + S_3 + \dots S_n$$

$$\begin{aligned} \sum S_i &= 1,312 + 1,129 + 1,105 + 0,960 + 1,475 + 1,013 + 0,960 + 1,035 + 1,113 + 0,960 \\ &= 11,0604 \text{ (Kepuasan Konsumen)} \end{aligned}$$

- ✓ Hasil perhitungan total varians masing-masing variabel penelitian:

$$S_t = \frac{\sum X_t^2 - \frac{(\sum X_t)^2}{n}}{n}$$

$$S_t = \frac{68122 - \frac{(1798)^2}{50}}{50}$$

$$S_t = \frac{68122 - 64656,08}{50} = 69,3184 \text{ (Kualitas Pelayanan)}$$

$$S_t = \frac{\sum X_t^2 - \frac{(\sum X_t)^2}{n}}{n}$$

$$S_t = \frac{71451 - \frac{(1845)^2}{50}}{50}$$

$$St = \frac{71451-68080,5}{50} = 67,41 \text{ (kepuasan Konsumen)}$$

Hasil Perhitungan nilai Reliabilitas masing-masing Variabel penelitian:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \cdot \left(1 - \frac{\sum Si}{St} \right)$$

$$r_{11} = \left(\frac{10}{10-1} \right) \cdot \left(1 - \frac{11,9456}{69,3184} \right)$$

$$r_{11} = (1,1) \cdot (0,828) = 0,9108 \text{ (Kualitas Pelayanan)}$$

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \cdot \left(1 - \frac{\sum Si}{St} \right)$$

$$r_{11} = \left(\frac{10}{10-1} \right) \cdot \left(1 - \frac{11,0601}{67,41} \right)$$

$$r_{11} = (1,1) \cdot (0,836) = 0,919 \text{ (Kepuasan Konsumen)}$$

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel, diketahui bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen diperoleh nilai **Cronbach Alpha 0,910 dan 0,919 > 0,60**. Dengan demikian maka hasil dari uji reliabilitas terhadap kedua variabel tersebut dinyatakan reliabel. berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

5.2 Analisis Korelasi

Metode analisis korelasi adalah metode analisis yang berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel lainnya. Simbol dari besaran korelasi adalah “r” yang disebut koefisien korelasi. Untuk menguji korelasi antara variabel-variabel, di gunakan rumus koefisiensi, yaitu :

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

Dimana:

X = Variabel Independen (Bebas)

r = Koefisien Korelasi

Y = Variabel Dependent

n = Jumlah Sampel

Pada hakekatnya koefisiensi korelasi mempunyai nilai yang paling kecil adalah -1 dan yang paling besar adalah +1 atau $-1 < r < +1$, yang mempunyai arti :

1. Nilai $r = 0$ atau mendekati nol, maka hubungan kedua variabel adalah sangat lemah atau tidak ada hubungan sama sekali.
2. Nilai $r = +1$ atau mendekati 1, maka korelasi kedua variabel dikatakan positif dan kuat.
3. Nilai $r = -1$ atau mendekati -1, maka korelasi kedua variabel dikatakan kuat dan negatif.

- Hipotesis korelasi sederhana

$H_0 : \rho = 0$ = Tidak terdapat hubungan yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Ha : $\rho \neq 0$ = Terdapat hubungan yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

- Tabel penolong untuk menghitung korelasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen

Tabel 5.5 Tabel Penolong Korelasi Sederhana

RESPONDEN	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	48	45	2304	2025	2160
2	46	48	2116	2304	2208
3	32	30	1024	900	960
4	42	41	1764	1681	1722
5	24	21	576	441	504
6	38	39	1444	1521	1482
7	38	39	1444	1521	1482
8	34	31	1156	961	1054
9	30	24	900	576	720
10	32	34	1024	1156	1088
...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...
50	37	46	1369	2116	1702
JUMLAH	1798	1845	68122	71451	69348

- Berdasarkan rumus diatas maka perhitungan analisis korelasi sederhana sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{50(69348) - (1798)(1845)}{\sqrt{(50(68122) - (1798)^2)(50(71451) - (1845)^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{150090}{170893,85} = 0,878$$

jadi korelasi sebesar 0,878 menunjukkan secara simultan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen hubungannya **Sangat Kuat**. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan, maka akan semakin baik pula kepuasan konsumen.

Tabel 5.6

TINGKAT KORELASI DAN KEKUATAN HUBUNGAN

Koefisien Interval	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Menurut Sugiyono (2010:231)

5.2.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah angka yang merupakan angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel bebas X (bebas) terhadap variabel terikat. Adapun sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 KD &= r^2 \times 100\% \\
 &= 0,8782^2 \times 100\% \\
 &= 77 \%
 \end{aligned}$$

Maksudnya adalah pengaruh kualitas pelayan terhadap kepuasan konsumen sebesar 77 % sedangkan sisanya yaitu 23% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti oleh peneliti.

5.2.2 Uji Signifikan

Pengujian signifikan koefisien korelasi, selain dapat menggunakan tabel, juga dapat dihitung dengan uji t yaitu dengan rumus:

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

Kaidah pengujian :

- Menentukan Hipotesis

Ho : $\rho = 0$ = Tidak terdapat hubungan yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Ha : $\rho \neq 0$ = Terdapat hubungan yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

- Menentukan daerah kritis

Daerah kritis ditentukan oleh nilai t tabel dengan serajat bebas yaitu $= n - 2$, dan taraf signifikan $\alpha = 5\%$, nilai t tabel dapat diketahui dengan melihat t tabel untuk uji dua pihak yang disesuaikan dengan nilai $df = 50 - 2 = 48$ dengan $\alpha = 0,05/2 = 0,025$ (dua sisi) Maka t tabel = 1,677.

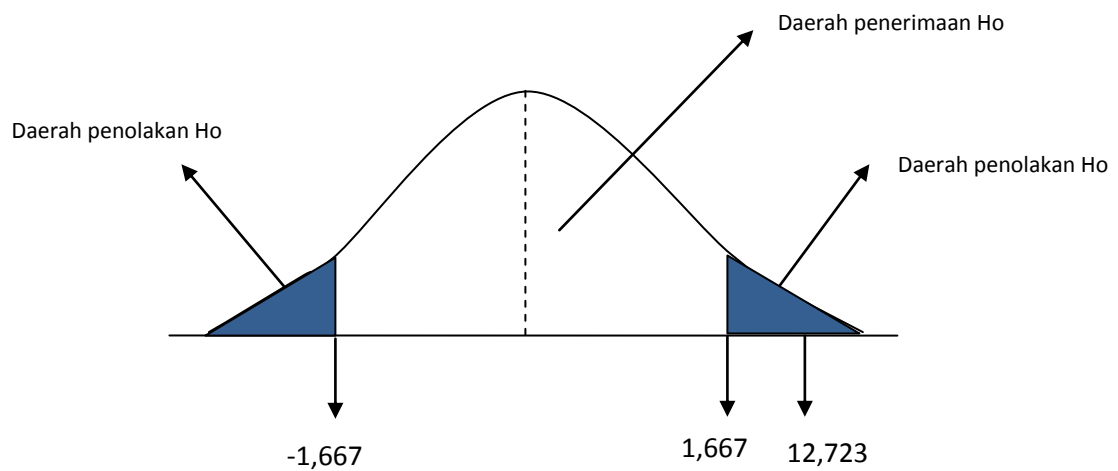
- Menentukan nilai t hitung

Berdasarkan rumus diatas maka perhitungannya sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r)^2}} = \frac{0,878\sqrt{50-2}}{\sqrt{1-(0,878)^2}} = 12,7238$$

- Menentukan Daerah Keputusan

Daerah keputusan untuk menerima H_0 atau menolak H_0 untuk uji dua arah dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel.



Gambar 5.1 kurva Uji t

- Menentukan keputusan

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka tolak H_0 artinya signifikan

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka terima H_0 artinya tidak signifikan

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh $t_{hitung} = 12,723 > 1,677$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Bahwa terdapat hubungan yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

5.3 Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara variabel X dan Y, dan jika ada hubungan bagaimanakah arah hubungan dan seberapa besar pengaruh tersebut. Persamaan umum regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Subjek dalam variabel dependen

a = Harga Y bila X = 0 (Harga Konstan)

b = Angka arah koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

Untuk dapat menyusun model regresi sesuai yang diharapkan, pada tabel dibawah ini dikemukakan rangkuman hasil analisis regresi linear sederhana.

Tabel 5.7 Tabel Penolong Regresi Sederhana

RESPONDEN	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	48	45	2304	2025	2160
2	46	48	2116	2304	2208
3	32	30	1024	900	960
4	42	41	1764	1681	1722
5	24	21	576	441	504

6	38	39	1444	1521	1482
7	38	39	1444	1521	1482
8	34	31	1156	961	1054
9	30	24	900	576	720
10	32	34	1024	1156	1088
11	34	36	1156	1296	1224
12	34	36	1156	1296	1224
13	38	44	1444	1936	1672
14	32	31	1024	961	992
15	32	39	1024	1521	1248
16	32	39	1024	1521	1248
17	32	38	1024	1444	1216
18	28	29	784	841	812
19	42	48	1764	2304	2016
20	36	33	1296	1089	1188
21	38	36	1444	1296	1368
22	38	38	1444	1444	1444
23	38	38	1444	1444	1444
24	50	50	2500	2500	2500
25	41	40	1681	1600	1640
26	42	40	1764	1600	1680
27	38	46	1444	2116	1748
28	32	36	1024	1296	1152
29	26	23	676	529	598
30	40	41	1600	1681	1640

31	36	34	1296	1156	1224
32	44	48	1936	2304	2112
33	42	40	1764	1600	1680
34	40	35	1600	1225	1400
35	36	38	1296	1444	1368
36	36	33	1296	1089	1188
37	32	34	1024	1156	1088
38	32	34	1024	1156	1088
39	40	39	1600	1521	1560
40	40	42	1600	1764	1680
41	18	30	324	900	540
42	48	46	2304	2116	2208
43	50	41	2500	1681	2050
44	22	28	484	784	616
45	16	19	256	361	304
46	50	50	2500	2500	2500
47	50	50	2500	2500	2500
48	14	11	196	121	154
49	28	34	784	1156	952
50	37	46	1369	2116	1702
JUMLAH	1798	1845	68122	71451	69348

Sumber: Data diolah

Keterangan:

X = Kualitas Pelayanan

Y = Kepuasan Konsumen

Dari hasil tabel diatas, kemudian dilakukan perhitungan sebagai berikut:

- Koefisien kemiringan/*slop* (b) dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$b = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$= \frac{50.(69348) - (1798)(1845)}{50.(68122) - (1798)^2}$$

$$= \frac{150090}{173296} = 0,8660$$

- Nilai a dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$a = \frac{\sum Y - b(\sum X)}{n}$$

$$= \frac{1845 - 0,8660(1798)}{50} = 5,7586$$

Dari hasil pengolahan data dengan metode regresi sederhana, maka persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + bX = 5,7586 + 0,8660X$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai a = nilai konstanta sebesar 5,7586 artinya kualitas pelayanan pada CV Meliala jaya tidak mengalami perubahan atau konstan, maka nilai kepuasan konsumen sebesar 5,7586
- Nilai b = nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,8660 bernilai positif, maksudnya adalah jika kualitas pelayanan pada CV Meliala Jaya semakin baik maka kepuasan akan mengalami peningkatan sebesar 0,8660.

5.3.1 Kesalahan Baku Regresi Berganda

Kesalahan baku dalam regresi adalah suatu ukuran untuk melihat ketepatan antara nilai dugaan(Y)dengan nilai sebenarnya ($\hat{Y}$). Perbedaan nilai dugaan dengan nilai sebenarnya disebut dengan residu atau error (Purwanto, 2004 : 518). Berdasarkan pada kenyataan bahwa tidak mungkin untuk mendapatkan nilai dugaan dengan ketepatan 100%, maka diperlukan suatu ukuran seberapa besar pendugaan terjadi. Suatu ukuran yang mengukur ketidakakuratan nilai dugaan disebut Kesalahan Baku Pendugaan atau Standar Error.

Diketahui :

$$Y = 5,7586 + 0,8660X \longrightarrow \hat{Y} = 5,7586 + 0,8660X$$

Tabel 5.8 Lembar kerja kesalahan baku

NO	X	Y	$\hat{Y}$	$(Y - \hat{Y})$	$(Y - \hat{Y})^2$
1	48	45	47,326	-2,326	5,410276
2	46	48	45,594	2,406	5,788836
3	32	30	33,47	-3,47	12,0409
4	42	41	42,13	-1,13	1,2769
5	24	21	26,542	-5,542	30,713764
6	38	39	38,666	0,334	0,111556
7	38	39	38,666	0,334	0,111556
8	34	31	35,202	-4,202	17,656804
9	30	24	31,738	-7,738	59,876644
10	32	34	33,47	0,53	0,2809
11	34	36	35,202	0,798	0,636804
12	34	36	35,202	0,798	0,636804

13	38	44	38,666	5,334	28,451556
14	32	31	33,47	-2,47	6,1009
15	32	39	33,47	5,53	30,5809
16	32	39	33,47	5,53	30,5809
17	32	38	33,47	4,53	20,5209
18	28	29	30,006	-1,006	1,012036
19	42	48	42,13	5,87	34,4569
20	36	33	36,934	-3,934	15,476356
21	38	36	38,666	-2,666	7,107556
22	38	38	38,666	-0,666	0,443556
23	38	38	38,666	-0,666	0,443556
24	50	50	49,058	0,942	0,887364
25	41	40	41,264	-1,264	1,597696
26	42	40	42,13	-2,13	4,5369
27	38	46	38,666	7,334	53,787556
28	32	36	33,47	2,53	6,4009
29	26	23	28,274	-5,274	27,815076
30	40	41	40,398	0,602	0,362404
31	36	34	36,934	-2,934	8,608356
32	44	48	43,862	4,138	17,123044
33	42	40	42,13	-2,13	4,5369
34	40	35	40,398	-5,398	29,138404
35	36	38	36,934	1,066	1,136356
36	36	33	36,934	-3,934	15,476356
37	32	34	33,47	0,53	0,2809
38	32	34	33,47	0,53	0,2809
39	40	39	40,398	-1,398	1,954404
40	40	42	40,398	1,602	2,566404
41	18	30	21,346	8,654	74,891716
42	48	46	47,326	-1,326	1,758276
43	50	41	49,058	-8,058	64,931364
44	22	28	24,81	3,19	10,1761
45	16	19	19,614	-0,614	0,376996

46	50	50	49,058	0,942	0,887364
47	50	50	49,058	0,942	0,887364
48	14	11	17,882	-6,882	47,361924
49	28	34	30,006	3,994	15,952036
50	37	46	37,8	8,2	67,24
$\Sigma (\hat{Y} - Y)^2$					770,66992

Contoh perhitungan nilai sebenarnya dalam regresi pada responden ke 6 :

$$\hat{Y} = 5,758 + 0,866X = 5,758 + 0,866(38) = 38,666$$

$$\bar{Y} = \frac{\Sigma y}{n} = \frac{1856}{50} = 213,31$$

$$\bar{X} = \frac{\Sigma X}{n} = \frac{1798}{50} = 35,96$$

Menghitung statistik pengujian:

$$SCP = \Sigma xy \frac{\Sigma X - \Sigma Y}{n} = 69345 \frac{1798 - 1845}{50} = 69345 - (-0,94) = 69345,98$$

$$\begin{aligned} SSX &= \Sigma xy^2 \frac{(\Sigma X)^2}{n} = 4809145,104 \frac{(1798)^2}{50} \\ &= 4809145,104 - 64656,08 = 4744489,024 \end{aligned}$$

$$b = \frac{SCP}{SSX} = \frac{69348,98}{4744489,024} = 0,0146$$

$$a = \bar{Y} - b \cdot \bar{X} = 213,31 - 0,0146(35,96) = 212,6849$$

Kesalahan baku pendugaan untuk regresi sederhana sebagai berikut:

$$S_{yx} = \sqrt{\frac{\sum (\hat{Y} - Y)^2}{n-2}}$$

$$S_{yx} = \sqrt{\frac{770,66992}{50-2}}$$

$$S_{yx} = \sqrt{16,0556}$$

$$= 4,0068$$

Interpretasi :

- ✓ Penyimpangan kualitas pelayanan terhadap prediksi kepuasan konsumen sebenarnya adalah sebesar 4,0068. Nilai dugaan pada sampel ke 2 relatif lebih baik dibandingkan sampel lainnya karena nilai residu yang paling kecil yaitu 0,334 dibandingkan sampel lainnya.

Kesalahan baku pendugaan disebut juga dengan standar error estimation yaitu melihat seberapa jauh nilai pendugaan yaitu b_1 dari nilai sebenarnya yaitu B_1 (parameter populasi)

$$\begin{aligned} S_b &= \frac{S_{yx}}{\sqrt{SSX}} \\ &= \frac{4,0069}{\sqrt{4744489,024}} \\ &= \frac{4,0069}{688,8316} = 0,0058 \end{aligned}$$

Interpretasi:

Kesalahan baku penduga b_0 0,0058 menunjukkan bahwa nilai dugaan populasi yaitu B_0 yang diduga dengan sampel yaitu b_0 berada pada kisaran $b_0 \pm 0,0058$

5.3.2 Uji Signifikasi

Uji signifikasi adalah untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel tidak bebas. Nyata atau tidaknya pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel tidak bebasnya juga tergantung pada hubungan variabel tersebut (Purwanto, 2004:525). Untuk mengetahui apakah suatu variabel berpengaruh nyata atau tidak digunakan uji t atau t-student.

Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

- Menentukan Hipotesis

$H_0 : \beta_i = 0$ (Variabel independen secara individu tidak berpengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen)

$H_a : \beta_i \neq 0$ (Variabel independen secara individu berpengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen)

- Menentukan daerah kritis

Daerah kritis ditentukan oleh nilai t tabel dengan serajat bebas yaitu $= n - 2$, dan taraf signifikan $\alpha = 5\%$, nilai t tabel dapat diketahui dengan melihat t tabel untuk uji dua pihak yang disesuaikan dengan nilai df $= 50 - 2 = 48$ dengan signifikan $\alpha = 0,05/2 = 0,025$ (dua sisi) Maka t tabel = 1,677

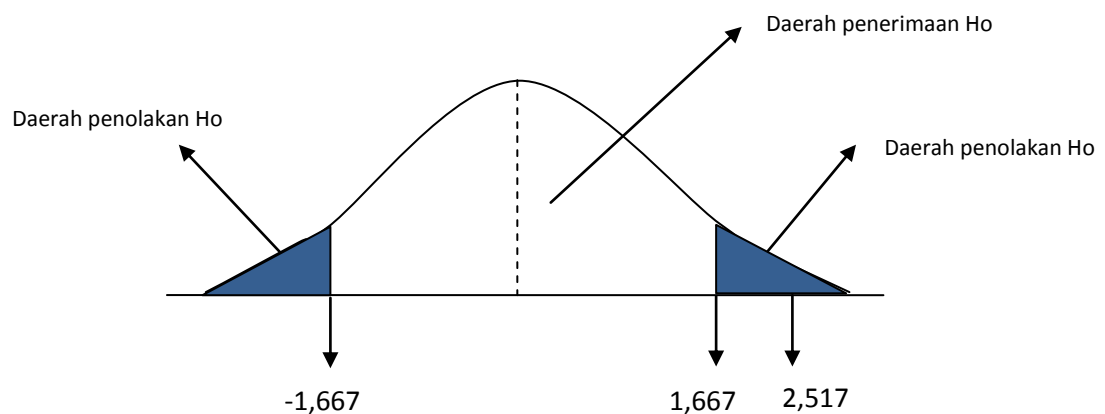
- Menentukan Nilai t-hitung

Nilai t hitung untuk b_0

$$t = \frac{b}{Sb} = \frac{0,0146}{0,0058} = 2,5172$$

- Menentukan daerah keputusan

Daerah keputusan untuk menerima H_0 atau menolak H_0 untuk uji dua arah dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel



Gambar 5.2. Kurva Uji t

- Menentukan Keputusan

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka tolak H_0 artinya signifikan

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka terima H_0 artinya tidak signifikan

Berdasarkan perhitungan diatas bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $2,517 > 1,667$ maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang sangat kuat positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan analisis data yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan dan saran sebagai berikut :

6.1 Kesimpulan

- Dari hasil perhitungan yang sudah diteliti dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien korelasi (r) = 0,878 terdapat nilai korelasi yang positif, maksudnya adalah kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada CV Meliala Jaya mempunyai hubungan. Karena nilai r mendekati 1. Maka ada hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sangat baik.
- Hasil Koefisien determinasi diperoleh 77% karena ada kontribusi yang diberikan oleh variabel X kualitas pelayanan dan sisanya 23% adalah variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.
- Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 5,7586 + 0,8660X$ yaitu:
a = nilai konstanta sebesar 5,7586 maksudnya adalah jika kualitas pelayanan pada CV Meliala Jaya tidak mengalami perubahan atau konstan maka nilai kepuasan konsumen sebesar 5,7586
b = nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,8660 bernilai positif, maksudnya adalah jika kualitas pelayanan pada CV Meliala Jaya semakin baik maka kepuasan akan mengalami peningkatan sebesar 0,8660.

6.2 Saran

- Perusahaan harus melakukan recruitment terhadap bidang pemasaran yang ahli dan berpengalaman dalam melayani konsumen dengan adanya sumber daya manusia dibagian pemasaran. Dan CV Meliala Jaya dapat memperluas wilayah pemasaran untuk mengoptimalkan penjualan sarung tangan ini.
- Untuk karyawan yang mempunyai kemampuan dan keahlian tinggi, dalam bidang menjahit dan design. ada baiknya perusahaan memberikan tambahan gaji atau insentif agar karyawan tersebut tidak terpengaruh dengan iming-iming gaji perusahaan lain.
- Pemilik mengharuskan mengevaluasi terus kualitas pelayanannya kepada karyawan agar keinginan dan harapan konsumen atau pelanggan terpenuhi.

DAFTAR PUSTAKA

- Sunyoto, Danang. 2013. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran : Konsep, Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS.
- Fandy Tjiptono.1997. *Strategi Pemasaran edisi ke 11 jilid 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Singgih Sentosa. 2004. *SPSS versi 10 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: PT Gramedia
- Rambat Lupiyoadi. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Salemba Empat
- J. Supranto. 2008. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Gelora Alsara Pratama
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran edisi ke 11 jilid 2*. Jakarta. PT Indeks Kelompok Gramedia
- Sugiyono. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta
- Riduwan. 2014. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto.1996. *Prosedur Penelitian untuk Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT Rineka Cipta

```

RELIABILITY
/VARIABLES=KP1 KP2 KP3 KP4 KP5 KP6 KP7 KP8 KP9 KP10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,910	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KP1	3,6000	,98974	50
KP2	3,6000	1,06904	50
KP3	3,6600	,91718	50
KP4	3,5800	1,16216	50
KP5	3,5600	1,09096	50
KP6	3,6000	1,22890	50
KP7	3,6400	1,04511	50
KP8	3,6200	1,22708	50
KP9	3,4800	1,12920	50
KP10	3,6200	1,14089	50

```

RELIABILITY
/VARIABLES=KK1 KK2 KK3 KK4 KK5 KK6 KK7 KK8 KK9 KK10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,921	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KK1	3,6400	1,15635	50
KK2	3,5200	1,07362	50
KK3	3,8800	1,06215	50
KK4	3,6000	,98974	50
KK5	3,6200	1,22708	50
KK6	3,9000	1,01519	50
KK7	3,6000	,98974	50
KK8	3,6200	1,02798	50
KK9	3,9200	1,06599	50
KK10	3,6000	,98974	50

PERTAN TAAN KP1					PERTAN YAAN 2 KP					PERTAN YAAN 3 KP					PERTAN YAAN 4 KP					PERTAN YAAN 5 KP					
RE SP O N D E N	X	Y	XY	X ²	Y ²	X	Y	XY	X ²	Y ²	X	Y	XY	X ²	Y ²	X	Y	XY	X ²	Y ²	X	Y	XY	X ²	Y ²
1	4	4	19	16	20	5	4	20	25	16	4	4	16	16	20	5	4	20	25	16	5	4	20	25	16
2	5	4	23	25	16	4	6	24	16	36	5	6	30	25	36	5	6	30	25	36	4	6	24	16	36
3	3	3	9	9	10	4	3	12	16	9	3	3	9	9	16	2	3	6	4	9	4	3	12	16	9
4	4	4	16	16	17	4	4	16	16	16	4	4	16	16	16	5	4	20	25	17	4	4	16	16	16
5	2	2	4	4	5	3	2	6	9	7	2	2	4	4	7	2	2	4	4	5	3	2	6	9	7
6	4	3	15	16	14	4	3	12	16	14	4	3	12	16	14	3	3	9	9	14	4	3	12	16	14
7	4	3	15	16	14	4	3	12	16	14	4	3	12	16	14	3	3	9	9	14	4	3	12	16	14
8	3	3	10	9	11	4	3	12	16	11	3	3	9	9	11	3	3	9	9	11	4	3	12	16	11
9	2	3	6	4	9	4	3	12	16	9	2	3	6	4	9	3	3	9	9	9	4	3	12	16	9

46	5	50	250	250	250	50	50	250	250	250	50	50	250	250	50	50	250	250	250	50	50	250	250	50	50	250	250
47	5	50	250	250	250	50	50	250	250	250	50	50	250	250	50	50	250	250	250	50	50	250	250	50	50	250	250
48	1	4	14	1	6	1	4	4	1	6	4	4	5	1	6	1	4	4	1	6	1	4	4	1	4	4	1
49	3	8	84	9	4	3	8	4	9	4	3	8	4	9	4	2	8	6	4	4	3	8	4	9	4	9	784
50	4	7	148	169	69	5	7	5	5	9	4	7	8	6	9	2	7	4	4	9	5	7	5	2	5	5	1369
	180	798	6764	696	682	180	798	730	682	682	180	798	730	682	180	798	730	682	682	180	798	730	682	682	682	682	68122

PERTAN YAAN KP 6					PERTAN YAAN KP 7					PERTAN YAAN KP 8					PERTAN YAAN KP 9					PERTANY AAN KP 10						
RE SP O N D E N	X	Y	X Y	X ²	Y ²	X	Y	X Y	X ²	Y ²	X	Y	X Y	X ²	Y ²	X	Y	X Y	X ²	Y ²	X	Y	X Y	X ²	Y ²	
1	5	4	2	0	4	5	4	0	5	4	5	4	0	5	4	5	4	0	5	4	5	4	0	5	4	230
2	5	4	3	2	6	4	4	4	6	6	5	4	3	2	6	4	4	4	6	6	5	4	3	2	211	
3	3	3	9	2	4	4	3	2	8	4	3	2	6	9	4	4	2	3	2	8	2	2	3	6	4	102

4	4	4	2	1	1	7	6	4	4	2	1	6	1	6	4	4	2	4	8	1	6	4	1	7	6	4	5	4	2	1	2	176
5	2	4	2	4	5	7	6	3	4	2	7	9	6	5	7	2	4	8	4	2	9	6	5	7	6	2	2	4	8	4	576	
6	4	3	8	1	1	4	4	3	8	1	5	1	6	1	4	4	3	8	2	5	1	6	1	4	4	3	3	8	1	9	144	
7	4	3	8	1	1	4	4	3	8	1	5	1	6	1	4	4	3	8	2	5	1	6	1	4	4	3	3	8	1	9	144	
8	3	3	4	1	1	5	6	4	3	1	3	6	6	1	1	5	3	4	2	9	6	6	1	5	6	3	3	4	1	9	115	
9	2	3	0	6	9	0	4	3	0	1	2	6	0	9	0	2	3	6	0	4	0	0	9	0	4	3	0	3	9	9	900	
10	4	3	2	1	1	0	3	2	9	1	0	9	4	1	0	2	3	2	8	6	4	1	0	2	4	3	3	2	9	9	102	
11	4	3	4	1	1	5	3	4	1	1	0	9	6	1	1	5	3	4	6	1	6	1	5	6	3	3	4	1	1	6	115	
12	4	3	4	1	1	5	3	4	1	1	0	9	6	1	1	5	3	4	6	1	6	1	5	6	3	3	4	1	1	6	115	
13	6	3	8	2	1	4	3	8	1	1	4	9	4	1	4	4	3	8	8	2	3	4	1	4	4	3	3	8	1	1	144	
14	3	3	2	9	1	0	3	2	9	1	0	9	4	1	0	2	3	9	6	9	4	1	0	2	3	3	2	1	1	4	102	
15	5	3	2	1	1	0	2	3	6	1	0	4	5	1	0	2	3	6	0	5	4	1	0	2	4	3	3	2	1	1	102	
16	5	3	1	2	1	2	3	6	4	1	5	3	1	1	2	1	2	3	1	2	1	4	1	4	3	1	1	1	1	102		

		2	6 0	5	0 2 4		2	4		0 2 4		2	6 0	5	0 2 4		2	4		0 2 4		2	2 8	6	4
17	5	3 2	1 6 0	2 5	1 0 2 4	2	3 2	6 4	4	1 0 2 4	5	3 2	1 6 0	2 5	1 0 2 4	2	3 2	6 4	4	1 0 2 4	4	3 2	1 2 8	1 6	102 4
18	3	2 8	8 4	9	7 8 4	2	2 8	5 6	4	7 8 4	3	2 8	8 4	9	7 8 4	2	2 8	5 6	4	7 8 4	4	2 8	1 1 2	1 6	784
19	5	4 2	2 1 0	2 5	1 7 6 4	3	4 2	1 2 6	9	1 7 6 4	5	4 2	2 1 0	2 5	1 7 6 4	3	4 2	1 2 6	9	1 7 6 4	5	4 2	2 1 0	2 5	176 4
20	3	3 6	1 0 8	9	1 2 9 6	4	3 6	1 4 4	1 6	1 2 9 6	3	3 6	1 0 8	9	1 2 9 6	4	3 6	1 4 4	1 6	1 2 9 6	3	3 6	1 0 8	9	129 6
21	3	3 8	1 1 4	9	1 4 4 4	4	3 8	1 5 2	1 6	1 4 4 4	3	3 8	1 1 4	9	1 4 4 4	4	3 8	1 5 2	1 6	1 4 4 4	4	3 8	1 5 2	1 6	144 4
22	4	3 8	1 5 2	1 6	1 4 4 4	4	3 8	1 5 2	1 6	1 4 4 4	4	3 8	1 5 2	1 6	1 4 4 4	4	3 8	1 5 2	1 6	1 4 4 4	3	3 8	1 1 4	9	144 4
23	4	3 8	1 5 2	1 6	1 4 4 4	4	3 8	1 5 2	1 6	1 4 4 4	4	3 8	1 5 2	1 6	1 4 4 4	4	3 8	1 5 2	1 6	1 4 4 4	4	3 8	1 5 2	1 6	144 4
24	5	5 0	2 5 0	2 5	2 5 0 0	5	5 0	2 5 0	2 5	2 5 0 0	5	5 0	2 5 0	2 5	2 5 0 0	5	5 0	2 5 0	2 5	2 5 0 0	5	5 0	2 5 0	2 5	250 0
25	4	4 1	1 6 4	1 6	1 6 8 1	5	4 1	2 0 5	1 5	1 6 8 1	4	4 1	1 6 4	1 6	1 6 8 1	4	4 1	1 6 4	1 6	1 6 8 1	4	4 1	1 6 4	1 6	168 1
26	4	4 2	1 6 8	1 6	1 7 6 4	4	4 2	1 6 8	1 6	1 7 6 4	4	4 2	1 6 8	1 6	1 7 6 4	4	4 2	1 6 8	1 6	1 7 6 4	5	4 2	2 1 0	2 5	176 4
27	5	3 8	1 9 0	2 5	1 4 4 4	3	3 8	1 1 4	9	1 4 4 4	5	3 8	1 9 0	2 5	1 4 4 4	3	3 8	1 1 4	9	1 4 4 4	3	3 8	1 1 4	9	144 4
28	4	3	1	1	1	3	3	9	9	1	4	3	1	1	1	3	3	9	9	1	2	3	6	4	102

		2	2	6	0		2	6		0		2	2	6	0		2	6		0		2	4		4
29	2	2	5		6	3	2	7		6	2	2	5		6	3	2	7		6	3	2	7		676
30	4	4	1		1	4		1		1	4	1	6	1	1	4	6	1		1	4		1		1600
31	3	3	1		1	3	3	1		1	3	1	2	0	9	3	0	9		1	5	3	1	2	1296
32	5	4	2		1	4	4	1		1	5	4	2	2		1	9	3		1	4		1		1936
33	4	4	1		1			2		1	4	1	6	1		1	7	6		1	3		1		1764
34	3	4	1		1			2		1	4	1	6			1	6	0		1	4		1		1600
35	3	3	1		1	4	3	1		1	3	1	2	0	9	4	9	6		1	4		1		1296
36	3	3	1		1	4	3	1		1	3	1	2	0	9	4	9	6		1	4		1		1296
37	2	3	6		1	4	2	1		1	2	3	6		1	4	2	4		1	3				1024
38	2	3	6		1	4	2	1		1	2	3	6		1	4	2	4		1	3				1024
39	3	4	1		1	4		1		1	3	4	1	9	1	5	4	2		1	5		2		1600
40	3	4	1	9	1	5	4	2	2	1	3	4	1	9	1	5	4	2	2	1	3	4	1	9	160

		0	2		6		0	0	5	6		0	2		6		0	0	5	6		0	2		0
			0		0			0		0			0		0			0		0			0		
41	2	1	3		3		1	1		3		1	3		3		1	1		3		1	1		324
					2			2		2					2					2					
42	5	4	2		3		4	4	2	3		4	2		3		4	4	2	3		4	2		230
			0	5	0		5	8	0	0		5	8	0	0		5	8	0	0		5	8	0	4
					2					2					2					2					
43	5	5	2		5		5	5	2	5		5	5	2	5		5	5	2	5		5	5	2	250
		0	0	5	0		5	0	0	0		5	0	0	0		5	0	0	0		5	0	0	0
		2	2		8		2	4		8		2	2		8		2	4		8		2	2		
44	1	2	2	1	4	2	2	4	4	4	1	2	2	1	4	2	2	4	4	4	1	2	2	1	484
					2					2					2					2					
45	1	1	1		5		1	3		5		1	1		5		1	3		5		1	3		256
		6	6	1	6	2	6	2	4	6	1	6	6	1	6	2	6	2	4	6	2	6	2	4	
					2					2					2					2					
46	5	5	2		5		5	5	2	5		5	5	2	5		5	5	2	5		5	5	2	250
		0	0	5	0	5	0	0	5	0	5	0	0	5	0	5	0	0	5	0	5	0	0	5	0
					2					2					2					2					
47	5	5	2		5		5	5	2	5		5	5	2	5		5	5	2	5		5	5	2	250
		0	0	5	0	5	0	0	5	0	5	0	0	5	0	5	0	0	5	0	5	0	0	5	0
		1	1		9		1	2		9		1	1		9		1	2		9		1	1		
48	1	4	4	1	6	2	4	8	4	6	1	4	4	1	6	1	4	4	1	6	1	4	4	1	196
					7					7					7					7					
49	3	8	4	9	4	3	8	4	9	4	3	8	4	9	4	3	8	4	9	4	3	8	4	9	784
					1					1					1					1					
50	3	3	1		3		3	8	2	3		3	4	1	3		3	3		3		3	4	1	136
		7	1	9	9	5	7	5	5	9	4	7	8	6	9	1	7	7	1	9	4	7	8	6	9
		1	6		8		1	6		8		1	6		8		1	6		8		1	6		
	18	9	5	2	2	8	9	8	1	2	8	9	9	2	2	7	9	1	6	6	2	8	9	8	681
	0	8	7	2	2	2	8	6	6	2	1	8	4	9	2	4	8	9	8	2	1	8	6	9	22

PERTA
NTAAN

PERTAN
YAAN 12

PERTAN
YAAN

PERTAN
YAAN

PERTANY
AAN 15

11 KK						KK						13 KK						14 KK						KK					
RESPONDEN	X	Y	X ²	Y ²		X	Y	X ²	Y ²		X	Y	X ²	Y ²		X	Y	X ²	Y ²		X	Y	X ²	Y ²		X	Y	X ²	Y ²
1	4	5	16	25		5	5	25	25		5	5	25	25		4	5	16	25		4	5	16	25		5	5	25	25
2	5	8	25	64		4	8	16	64		5	8	25	64		4	8	16	64		5	8	25	64		5	8	25	64
3	3	0	9	0		4	0	16	0		3	0	9	0		3	0	9	0		3	0	9	0		3	0	9	0
4	4	1	16	1		4	1	16	1		4	1	16	1		4	1	16	1		4	1	16	1		4	1	16	1
5	2	1	4	1		3	1	9	1		2	1	4	1		2	1	4	1		2	1	4	1		2	1	4	1
6	4	3	16	9		4	3	16	9		4	3	16	9		4	3	16	9		4	3	16	9		4	3	16	9
7	4	3	16	9		4	3	16	9		4	3	16	9		4	3	16	9		4	3	16	9		4	3	16	9
8	3	1	9	1		4	1	16	1		3	1	9	1		3	1	9	1		3	1	9	1		3	1	9	1
9	2	4	4	16		4	4	16	16		2	4	4	16		2	4	4	16		2	4	4	16		2	4	4	16
10	3	4	9	16		3	4	9	16		4	4	16	16		3	4	9	16		3	4	9	16		4	4	16	16
11	3	6	9	36		3	6	9	36		4	6	16	36		3	6	9	36		3	6	9	36		4	6	16	36

36	3	3	9	9	10	4	3	1	10	3	3	9	9	1	0	3	3	9	9	10	3	3	9	9	108
37	3	3	0	9	11	4	3	1	11	4	3	3	6	1	1	3	3	1	9	11	2	3	6	4	115
38	4	3	3	1	11	2	3	6	11	3	3	0	2	1	1	3	3	1	11	2	3	6	4	115	
39	4	3	5	1	15	4	3	5	1	15	4	3	9	1	5	3	5	1	15	3	3	1	7	9	152
40	4	4	6	1	17	5	4	1	2	17	5	4	2	2	7	4	1	2	17	3	4	1	2	9	176
41	4	3	2	1	90	1	3	3	1	90	4	3	2	1	9	3	2	1	90	2	3	6	4	900	
42	4	4	8	1	21	5	4	3	2	21	5	4	6	2	1	4	3	2	21	5	4	3	2	5	211
43	5	4	0	2	16	3	4	1	3	16	3	4	1	3	6	5	4	2	16	5	4	1	5	5	168
44	5	2	4	2	78	2	2	5	4	78	2	2	8	5	7	2	2	4	2	78	1	2	8	1	784
45	1	1	9	1	36	2	1	3	4	36	3	1	9	7	3	1	1	1	36	1	1	1	1	1	361
46	5	5	0	2	25	5	5	0	2	25	5	5	0	2	5	5	5	2	25	5	5	0	2	5	250
47	5	5	0	2	25	5	5	0	2	25	5	5	0	2	5	5	5	2	25	5	5	0	2	5	250
48	1	1	1	1	12	1	1	1	1	12	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	121

[illegible]

PERTANYAAN KK 16						PERTANYAAN KK 17					PERTANYAAN KK 18					PERTANYAAN KK 19	
RESPOND EN	X	Y	XY	X ²	Y ²	X	Y	XY	X ²	Y ²	X	Y	XY	X ²	Y ²	X	Y
1	5	45	225	25	2025	4	45	180	16	2025	3	45	135	9	2025	5	45
2	5	48	240	25	2304	5	48	240	25	2304	4	48	192	16	2304	5	48
3	3	30	90	9	900	3	30	90	9	900	3	30	90	9	900	3	30
4	4	41	164	16	1681	4	41	164	16	1681	4	41	164	16	1681	4	41
5	2	21	42	4	441	2	21	42	4	441	2	21	42	4	441	2	21
6	4	39	156	16	1521	4	39	156	16	1521	4	39	156	16	1521	4	39

7	4	39	156	16	1521	4	39	156	16	1521	4	39	156	16	1521	4
8	3	31	93	9	961	3	31	93	9	961	3	31	93	9	961	3
9	2	24	48	4	576	2	24	48	4	576	3	24	72	9	576	2
10	4	34	136	16	1156	3	34	102	9	1156	3	34	102	9	1156	4
11	4	36	144	16	1296	3	36	108	9	1296	4	36	144	16	1296	4
12	4	36	144	16	1296	3	36	108	9	1296	4	36	144	16	1296	4
13	6	44	264	36	1936	3	44	132	9	1936	4	44	176	16	1936	6
14	3	31	93	9	961	3	31	93	9	961	3	31	93	9	961	3
15	5	39	195	25	1521	3	39	117	9	1521	4	39	156	16	1521	5
16	5	39	195	25	1521	3	39	117	9	1521	4	39	156	16	1521	5
17	5	38	190	25	1444	3	38	114	9	1444	3	38	114	9	1444	5
18	3	29	87	9	841	3	29	87	9	841	2	29	58	4	841	3
19	5	48	240	25	2304	5	48	240	25	2304	5	48	240	25	2304	5
20	3	33	99	9	1089	4	33	132	16	1089	2	33	66	4	1089	3
21	3	36	108	9	1296	4	36	144	16	1296	4	36	144	16	1296	3
22	4	38	152	16	1444	4	38	152	16	1444	3	38	114	9	1444	4
23	4	38	152	16	1444	3	38	114	9	1444	5	38	190	25	1444	4
24	5	50	250	25	2500	5	50	250	25	2500	5	50	250	25	2500	5
25	4	40	160	16	1600	4	40	160	16	1600	4	40	160	16	1600	4
26	4	40	160	16	1600	4	40	160	16	1600	3	40	120	9	1600	4
27	5	46	230	25	2116	5	46	230	25	2116	5	46	230	25	2116	5
28	4	36	144	16	1296	4	36	144	16	1296	3	36	108	9	1296	4
29	2	23	46	4	529	2	23	46	4	529	3	23	69	9	529	2
30	4	41	164	16	1681	4	41	164	16	1681	5	41	205	25	1681	4
31	3	34	102	9	1156	4	34	136	16	1156	2	34	68	4	1156	3
32	5	48	240	25	2304	5	48	240	25	2304	5	48	240	25	2304	5
33	4	40	160	16	1600	4	40	160	16	1600	4	40	160	16	1600	4
34	3	35	105	9	1225	3	35	105	9	1225	3	35	105	9	1225	5
35	5	38	190	25	1444	3	38	114	9	1444	3	38	114	9	1444	5
36	3	33	99	9	1089	3	33	99	9	1089	4	33	132	16	1089	3
37	4	34	136	16	1156	3	34	102	9	1156	4	34	136	16	1156	4
38	3	34	102	9	1156	4	34	136	16	1156	5	34	170	25	1156	3
39	4	39	156	16	1521	4	39	156	16	1521	3	39	117	9	1521	4
40	5	42	210	25	1764	4	42	168	16	1764	4	42	168	16	1764	5
41	4	30	120	16	900	4	30	120	16	900	2	30	60	4	900	4
42	5	46	230	25	2116	4	46	184	16	2116	4	46	184	16	2116	5
43	3	41	123	9	1681	5	41	205	25	1681	4	41	164	16	1681	3
44	2	28	56	4	784	5	28	140	25	784	3	28	84	9	784	2
45	3	19	57	9	361	1	19	19	1	361	2	19	38	4	361	3
46	5	50	250	25	2500	5	50	250	25	2500	5	50	250	25	2500	5
47	5	50	250	25	2500	5	50	250	25	2500	5	50	250	25	2500	5
48	2	11	22	4	121	1	11	11	1	121	1	11	11	1	121	1
49	4	34	136	16	1156	3	34	102	9	1156	5	34	170	25	1156	4
50	5	46	230	25	2116	4	46	184	16	2116	5	46	230	25	2116	5

	195	184 5	754 1	81 1	7145 1	18 0	184 5	696 4	69 6	7145 1	18 1	184 5	699 0	70 7	7145 1	19 6	1
--	-----	----------	----------	---------	-----------	---------	----------	----------	---------	-----------	---------	----------	----------	---------	-----------	---------	---

RES PO ND EN	K P 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	K P 6	KP 7	K P 8	KP 9	KP 10	to ta l	K K 1 1	K K 1 2	K K 1 3	KK 14	K K 1 5	K K 1 6	K K 1 7	K K 1 8	KK 19	K K 2 0	TO TA L
1	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	45
2	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	46	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
3	3	4	3	2	4	3	4	3	4	2	32	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	24	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	21
6	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
7	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
8	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	34	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
9	2	4	2	3	4	2	4	2	4	3	30	3	4	2	2	2	2	2	3	2	2	24
10	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	32	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	34
11	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	34	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	36
12	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	34	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	36
13	3	3	3	4	3	6	3	6	3	4	38	4	3	6	3	6	6	3	4	6	3	44
14	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	32	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
15	3	2	3	4	2	5	2	5	2	4	32	4	2	5	3	5	5	3	4	5	3	39
16	3	2	3	4	2	5	2	5	2	4	32	4	2	5	3	5	5	3	4	5	3	39
17	3	2	3	4	2	5	2	5	2	4	32	4	2	5	3	5	5	3	3	5	3	38
18	3	2	3	4	2	3	2	3	2	4	28	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	29
19	5	3	5	5	3	5	3	5	3	5	42	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	48
20	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	36	3	4	3	4	3	3	4	2	3	4	33
21	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	38	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	36

22	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38	
23	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38	4	4	4	3	4	4	3	5	4	3	38
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	40
27	5	3	5	3	3	5	3	5	3	3	38	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	46
28	4	3	4	2	3	4	3	4	3	2	3	2	2	3	4	4	4	4	3	4	4	36
29	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	6	3	3	2	2	2	2	3	2	2	23
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
31	4	3	4	5	3	3	3	3	3	5	3	6	5	3	3	4	3	3	4	2	3	34
32	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
33	4	5	4	3	5	4	5	4	5	3	4	2	3	5	4	4	4	4	4	4	4	40
34	3	5	3	4	5	3	5	3	5	4	4	0	4	5	3	3	3	3	3	5	3	35
35	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	6	4	4	5	3	3	5	3	3	5	38
36	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	6	4	4	3	3	3	3	3	4	3	33
37	3	4	3	3	4	2	4	2	4	3	3	2	3	4	4	3	2	4	3	4	4	34
38	4	4	4	4	2	2	4	2	2	4	3	2	4	2	3	4	2	3	4	5	3	34
39	4	4	4	5	4	3	4	3	4	5	4	0	5	4	4	4	3	4	4	3	4	39
40	4	5	4	3	5	3	5	3	5	3	4	0	3	5	5	4	3	5	4	4	5	42
41	4	1	4	1	1	2	1	2	1	1	1	8	1	1	4	4	2	4	4	2	4	30
42	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	46
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	0	5	3	3	5	5	3	5	4	41
44	5	2	5	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	5	1	2	5	3	2	28
45	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	3	1	1	3	1	2	3	19

											6											
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	1	1	4	1	1	1	2	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	2	1	1	1	11
49	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	8	2	3	4	3	3	4	3	5	4	34
50	4	5	4	2	5	3	5	4	1	4	3	7	5	5	5	4	4	5	4	5	5	46
	0 , 7 5 8 6 3 3 8 0, 6 1 7 9 2	0, 81 59 30 59 44 8	0, 59 61 78 23 82 8	0, 78 33 28 4	0, 81 43 39 4	0, 7 8 9	0, 6 7 1 7 2	0, 6 7 1 7 8	0, 6 7 1 7 8	0, 6 7 1 7 8	0, 6 7 1 7 8	0, 6 7 1 7 8	0, 6 7 1 7 8	0, 6 7 1 7 8	0, 6 7 1 7 8	0, 6 7 1 7 8	0, 6 7 1 7 8	0, 6 7 1 7 8	0, 6 7 1 7 8	0, 6 7 1 7 8	0, 6 7 1 7 8	0, 6 7 1 7 8