

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “**Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan Analisis Customer Value dan Return On Investment**”. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini, terutama kepada :

1. Bapak Nasir Widha Setyanto, ST., MT. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri sekaligus Dosen Pembimbing I atas kesabaran dalam membimbing penulis, memberi motivasi, arahan dan ilmu yang sangat berharga.
2. Ibu Ceria Farela M.T. ST., MT. selaku Dosen Pembimbing II atas bimbingan dan saran-saran yang sangat membantu bagi penulis dalam memperbaiki isi tugas akhir.
3. Bapak Arif Rahman, ST., MT. selaku Sekretaris Program Studi Teknik Industri dan Dosen Pembimbing Akademik atas kesabaran dan ilmu yang diberikan.
4. Ibu Rahmi Yuniarti, ST., MT. selaku Dosen KKDK Manajemen Sistem Industri dan dosen penguji Seminar Proposal atas kesabaran dalam membimbing penulis selama ini, terus menerus memberi motivasi, serta ilmu dan saran-saran yang sangat berharga.
5. Bapak Remba Yanuar E, ST., MT. selaku dosen pengamat Seminar Hasil atas saran yang diberikan dan ilmu yang diberikan.
6. Ibu Widha Kusumaningdyah, ST., MT. selaku dosen pengamat Seminar Hasil atas saran yang diberikan dan ilmu yang diberikan.
7. Prof. Dr. Ir. Pratikto, MMT selaku Dosen Penguji Skripsi I atas saran-saran yang diberikan untuk perbaikan skripsi ini.
8. Dra. Murti Astuti, MSIE selaku Dosen Penguji Skripsi II dan dosen pembimbing akademik atas saran-saran yang diberikan untuk perbaikan skripsi ini
9. Ishardita ST., MT., Ph.D selaku penguji komprehensif atas saran saran yang diberikan untuk perbaikan skripsi ini.
10. Bapak ibu PT. Kereta Api (Persero) Daops 8 Surabaya atas ijin yang diberikan kepada penulis untuk melakukan penelitian di Stasiun Kota Baru Malang.
11. Bapak Ibu Stasiun Kota Baru Malang atas seluruh waktu yang diluangkan, arahan dan bantuan yang sangat banyak sehingga penulis dapat dengan lancar menyelesaikan skripsi.
12. Rekan rekan *Customer Service* Stasiun Kota Baru Malang atas kesedian membantu dalam melakukan pengumpulan data kepada pelanggan kereta api.

13. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen pengajar di Program Studi Teknik Industri dan Teknik Mesin yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
14. Seluruh Bapak dan Ibu karyawan di Program Studi Teknik Industri khususnya bagian *recording* yang telah banyak membantu dalam proses administrasi selama masa studi.
15. Orang tua tercinta, Bapak Suharto Yamin (Alm) dan Ibu Nurul Lita Ernawati atas kasih sayang dan kepercayaan yang tak terbatas, dukungan moral dan materiil, serta saran-saran, demi tercapainya hasil studi yang terbaik bagi penulis.
16. Saudaraku tercinta, Sandhy Young dan Sandhy Putra Permana atas kasih sayang dan dukungan yang diberikan.
17. Eyang Putri tercinta Tien Sunjatini atas doa dan dukungan tulus yang diberikan.
18. Tante dan om tercinta Handy Alamsyah, Dien Handayani, Nurul, Sony Suryansyah atas dukungan moral, doa, serta saran demi tercapainya hasil studi yang terbaik bagi penulis.
19. Saudari saudariku tercinta Yurina Maharani, Nastiti AP, Kharizma Farizza, atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang diberikan
20. Atika Dwi Febriyani, Chikitita Ardheane, Deriavinti Mega, Tia Zhalina Santoso, Anneke Riska Ratnasari, Annisa Mawardhani, Yuliatina Pratiwi, Vinda Hayu, Rahmi Zulfi, Reynard Ardiyan Purnama, Derry Rendragraha, Dorit Bayu Islam N, Bagas Ardianto Pamungkas, semua penghuni WG15C, sahabat dan saudara terbaik yang terus memberi doa, dukungan moral dan motivasi.
13. Seluruh saudaraku di Teknik Industri angkatan 2009 atas doa, dukungan moral dan motivasi yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kesalahan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan agar tugas akhir ini dapat menjadi lebih sempurna. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat memberikan banyak manfaat bagi setiap orang yang membacanya.

Malang, Juni 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
RINGKASAN	ix
SUMMARY	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Batasan Masalah	3
1.7 Asumsi	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	4
2.2 Pengertian Transportasi	5
2.3 Layanan (<i>Service</i>)	5
2.4 Service Quality	7
2.5 Uji Kelayakan Kuesioner	9
2.5.1 Uji Reliabilitas	9
2.5.2 Uji Validitas	10
2.6 Analisis GAP	10
2.7 <i>Important Performance Analysist</i>	12
2.8 Analisis <i>Return On Investment</i>	14
2.8.1 <i>Return On Investment (ROI)</i>	14
2.8.2 Kelebihan Analisis <i>Return on Investment (ROI)</i>	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	17
3.2 Tempat Penelitian	17
3.3 Tahap Identifikasi Awal	17
3.4 Tahap Pengumpulan Data	18
3.5 Tahap Pengolahan Data	19
3.6 Diagram Alir Penelitian	21

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil Stasiun Kota Baru Malang	22
4.1.1	Visi dan Misi Stasiun Kota Baru Malang	22
4.1.2	Struktur Organisasi	23
4.1.3	Denah Stasiun kota Baru Malang	24
4.1.4	Kegiatan Pelanggan Stasiun Kota Baru Malang	25
4.2	Kuesioner	26
4.3	Uji Reliabilitas	28
4.3.1	Reliabel Kepuasan	28
4.3.1.1	Reliabel Kepuasan untuk Stasiun Kota Baru Malang Bagian A	28
4.3.1.2	Reliabel Kepuasan untuk Stasiun Kota Baru Malang Bagian B	30
4.3.2	Reliabel Kepentingan.....	31
4.3.2.1	Reliabel Kepentingan untuk Stasiun Kota Baru Malang Bagian A	31
4.3.2.2	Reliabel Kepentingan untuk Stasiun Kota Baru Malang Bagian B.....	34
4.4	Uji Validitas	34
4.4.1	Validitas Kepuasan	35
4.4.1.1	Validitas Kepuasan untuk Stasiun Kota Baru Malang Bagian A.....	35
4.4.1.2	Validitas Kepuasan untuk Stasiun Kota Baru Malang Bagian B.....	37
4.4.2	Validitas Kepentingan.....	38
4.4.2.1	Validitas Kepentingan untuk Stasiun Kota Baru Malang Bagian A	38
4.4.2.2	Validitas Kepentingan untuk Stasiun Kota Baru Malang Bagian B	40
4.5	<i>Service Quality (SERVQUAL)</i>	41
4.5.1	GAP 5	41
4.5.1.1	GAP 5 Stasiun Kota baru Malang Bagian A.....	42
4.5.1.2	GAP 5 Stasiun Kota baru Malang Bagian B.....	44
4.5.2	GAP 1	46
4.5.2.1	GAP 1 Stasiun Kota baru Malang Bagian A.....	46
4.5.2.2	GAP 1 Stasiun Kota Baru Malang Bagian B	48
4.5.3	Interpretasi GAP 1 dan GAP 5	50
4.5.3.1	Interpretasi GAP 1 dan GAP 5 Stasiun Kota Baru Malang Bagian A ..	50
4.5.3.2	Interpretasi GAP 1 Stasiun Kota Baru Malang Bagian B.....	52
4.5.3.3	Rekomendasi Perbaikan Tingkat Manajemen.....	54
4.6	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	55
4.6.1	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> Stasiun Kota Baru Malang Bagian A ..	55

4.6.2 Importance Performance Analysis (IPA) Stasiun Kota Baru Malang Bagian B..	57
4.7 Penyusunan Prioritas Perbaikan	61
4.7.1 Penyusunan Prioritas Perbaikan Stasiun Kota Baru Malang Bagian A	61
4.7.2 Penyusunan Prioritas Perbaikan Stasiun Kota Baru Malang Bagian B	61
4.8 Rekomendasi Perbaikan Stasiun Kota Baru Malang.....	62
4.8.1 Rekomendasi Perbaikan untuk <i>Customer Need</i> T1	62
4.8.2 Rekomendasi Perbaikan untuk <i>Customer Need</i> T2	62
4.8.3 Rekomendasi Perbaikan untuk <i>Customer Need</i> T5	63
4.8.4 Rekomendasi Perbaikan untuk <i>Customer Need</i> T6	63
4.8.5 Rekomendasi Perbaikan untuk <i>Customer Need</i> T7	63
4.8.6 Rekomendasi Perbaikan untuk <i>Customer Need</i> T9	64
4.8.7 Rekomendasi Perbaikan untuk <i>Customer Need</i> E1	64
4.8.8 Rekomendasi Perbaikan untuk <i>Customer Need</i> E3	65
4.8.9 Rekomendasi Perbaikan untuk <i>Customer Need</i> REL5	65
4.9 Perhitungan Rincian Investasi.....	66
4.9.1 Perhitungan Rincian Investasi Rekomendasi Perbaikan I.....	66
4.9.2 Perhitungan Rincian Investasi Rekomendasi Perbaikan II	67
4.10 Perhitungan <i>Return On Investment</i>	68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	70
6.1 Saran	71

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Kuesiner Tertutup	26
Tabel 4.2 Hasil Kuesioner Kepentingan Pertanyaan 1 Bagian A	28
Tabel 4.3 Hasil Hitungan Koefisien Reliabilitas Kepuasan Bagian A	30
Tabel 4.4 Hasil Hitungan Koefisien Reliabilitas Kepuasan Bagian B	31
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner Kepentingan Pertanyaan 1 Bagian A	32
Tabel 4.6 Hasil Hitungan Koefisien Reliabilitas Kepentingan Bagian A	33
Tabel 4.7 Hasil Hitungan Koefisien Reliabilitas Kepentingan Bagian B	34
Tabel 4.8 Hasil Kuesioner Kepuasan Pertanyaan 27 Bagian A	35
Tabel 4.9 Hasil Hitungan Koefisien Validitas Kepuasan Bagian A	36
Tabel 4.10 Hasil Hitungan Koefisien Validitas Kepuasan Bagian B	37
Tabel 4.11 Hasil Kuesioner Kepentingan Pertanyaan 1 Bagian A	38
Tabel 4.12 Hasil Hitungan Koefisien Validitas Kepentingan Bagian A	39
Tabel 4.13 Hasil Hitungan Koefisien Validitas Kepentingan Bagian B	40
Tabel 4.14 Rekap GAP Kepuasan dan Harapan Bagian A	42
Tabel 4.15 Prioritas Perbaikan Layanan Berdasarkan Metode Servqual Bagian A	43
Tabel 4.16 Rekap GAP Kepuasan dan Harapan Bagian B	44
Tabel 4.17 Prioritas Perbaikan Layanan Berdasarkan Metode Servqual Bagian B	45
Tabel 4.18 Rekap GAP Persepsi Manajemen dan Harapan Bagian A	46
Tabel 4.19 Prioritas Perbaikan Layanan Berdasarkan Metode Servqual Bagian A	47
Tabel 4.20 Rekap Selisih Persepsi Manajemen dan Harapan Bagian B	48
Tabel 4.21 Prioritas Perbaikan Layanan Berdasarkan Metode Servqual Bagian B	49
Tabel 4.22 Rekomendasi Perbaikan Manajemen Stasiun Kota Baru Malang Bagian A	50
Tabel 4.23 Rekomendasi Perbaikan Manajemen Stasiun Kota Baru Malang Bagian B	52
Tabel 4.24 Rekomendasi Perbaikan Tingkat Manajemen	54
Tabel 4.25 Rekap Data Kepuasan Stasiun Kota Baru Malang Bagian A	55
Tabel 4.26 Rekap Data Kepuasan Stasiun Kota Baru Malang Bagian A	56
Tabel 4.27 Rekap Data Kepuasan Stasiun Kota Baru Malang Bagian B	57
Tabel 4.28 Rekap Data Kepuasan Stasiun Kota Baru Malang Bagian B	58
Tabel 4.29 Prioritas Perbaikan Bagian A	61
Tabel 4.30 Prioritas Perbaikan Bagian B	61
Tabel 4.31 Rincian Investasi Rekomendasi Perbaikan I	66
Tabel 4.32 Rincian Biaya Rekomendasi I	67

Tabel 4.33 Rincian Investasi Rekomendasi Perbaikan II.....	67
Tabel 4.34 Rincian Biaya Rekomendasi II.....	68



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model konseptual Servqual	12
Gambar 2.2 <i>Importance Performance Diagram</i>	13
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Tugas Akhir	21
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Stasiun Kota Baru Malang	23
Gambar 4.2 Denah Lokasi Stasiun Kota Baru Malang	24
Gambar 4.3 Kegiatan Pelanggan Stasiun Kota Baru Malang.....	25
Gambar 4.4 IPA Stasiun Kota Baru Malang Bagian A.....	63
Gambar 4.5 IPA Stasiun Kota Baru Malang Bagian B.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Terbuka.....	74
Lampiran 2 Rekapitan Pengisian Responden Untuk Kuesioner Terbuka	77
Lampiran 3 Interpretasi Kebutuhan Pelanggan.....	79
Lampiran 4 Kuesioner Tertutup	81
Lampiran 5 Rekapitan Penyebaran Pertama Kepuasan Stasiun Kota Baru Malang Bagian A	84
Lampiran 6 Rekapitan Penyebaran Pertama Harapan Stasiun Kota Baru Malang Bagian A	85
Lampiran 7 Rekapitan Penyebaran Pertama Kepuasan Stasiun Kota Baru Malang Bagian B	86
Lampiran 8 Rekapitan Penyebaran Pertama Harapan Stasiun Kota Baru Malang Bagian B.....	87
Lampiran 9 Rekapitan Data Kepuasan Stasiun Kota Baru Malang Bagian A	88
Lampiran 10 Rekapitan Data Kepuasan Stasiun Kota Baru Malang Bagian A	89
Lampiran 11 Rekapitan Data Harapan Stasiun Kota Baru Malang Bagian A.....	90
Lampiran 12 Rekapitan Data Harapan Stasiun Kota Baru Malang Bagian A.....	91
Lampiran 13 Rekapitan Data Kepuasan Stasiun Kota Baru Malang Bagian B.....	92
Lampiran 14 Rekapitan Data Kepuasan Stasiun Kota Baru Malang Bagian B.....	93
Lampiran 15 Rekapitan Data Harapan Stasiun Kota Baru Malang Bagian B.....	94
Lampiran 16 Rekapitan Data Harapan Stasiun Kota Baru Malang Bagian B.....	95
Lampiran 17 Rekapitan Data Responden Manajemen untuk Stasiun Kota Baru Malang A.....	96
Lampiran 18 Rekapitan Data Responden Manajemen untuk Stasiun Kota Baru Malang B.....	97



RINGKASAN

Stevani Isabella, Program Studi Teknik Industri, Universitas Brawijaya, Juni 2013, Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan Analisis *Customer Value* dan *Return On Investment* (Studi Kasus Stasiun Kota Baru Malang), Dosen Pembimbing : Nasir Widha Setyanto, Ceria Farela Mada Tantrika.

Stasiun Kota Baru Malang sebagai penyedia jasa yang bergerak dibidang transportasi sudah menjadi keharusan untuk mengetahui sejauh mana layanan yang diberikan dapat memuaskan pelanggan. Para pelanggan yang menggunakan jasa ini merupakan faktor yang diutamakan perusahaan dalam upaya meraih profit. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada pihak manajemen masih ada keluhan pelanggan diantaranya fasilitas pelayanan dan kenyamanan pelanggan di Stasiun Kota Baru Malang seperti kurang ramahnya pegawai dan lambatnya pelayanan pembelian tiket. Kondisi inilah yang mendorong penulis untuk membantu manajemen untuk menaikkan kualitas pelayanan Stasiun Kota Baru Malang. Untuk menaikkan kualitas pelayanan perlu dilakukan pengukuran pelayanan dari berbagai perspektif baik sudut pandang pelanggan maupun sudut pandang manajemen sebagai pemberi pelayanan.

Dengan menggunakan wawancara dan kuesioner terbuka kepada pelanggan akan didapatkan *customer need* yang dibagi berdasarkan 5 dimensi *service quality* (SERVQUAL) dan disusun menjadi kuesioner tertutup yang disebarakan kepada pelanggan dan pihak manajemen. Kuesioner pelanggan akan dianalisa dengan menggunakan GAP 5 dan *Important Performance Analysis* (IPA) untuk mendapatkan rekomendasi perbaikan pelayanan pelanggan. Kuesioner yang disebarakan kepada manajemen akan dianalisa menggunakan GAP 1 dan diinterpretasikan dengan hasil GAP 5 untuk mendapatkan hasil rekomendasi perbaikan di tingkat manajemen. Rekomendasi perbaikan pelayanan akan dibuat sebanyak 2 pilihan dan dihitung nilai *Return On Investment*. Rekomendasi perbaikan pelayanan dipilih berdasarkan nilai ROI terbesar.

Berdasarkan hasil interpretasi GAP1 dan GAP5 *customer need* yang perlu dilakukan perbaikan adalah T1, T2, T3, T5, T6, T7, T8, REL1, REL2, REL4, REL4, REL5, RES1, RES2, RES3, RES5, A1, A2, A3, A4, E1, E3. Berdasarkan analisa IPA dan perbandingan nilai ROI terbesar 84,12 didapatkan *customer need* yang perlu diperbaiki adalah counter pembelian memadai, pengadaan kursi di dalam peron, kebersihan toilet, tempat parkir bagi pengantar/penjemput, kenyamanan ruang tunggu, adanya petunjuk alur pembelian, pemesanan, pembatalan dan penukaran tiket, pemberitahuan promo tiket kepada pelanggan kereta, petugas dalam stasiun sigap membantu pelanggan secara cepat dan tepat, informasi jadwal keberangkatan dan kedatangan. Dan perbaikannya adalah pelatihan petugas loket, pembelian kursi peron, renovasi toilet dalam stasiun dan membuat jadwal rutin pembersihan toilet untuk OB, melakukan penertiban lahan parkir, menggunakan jasa tenaga ahli (arsitek) untuk memperbaiki ruang tunggu dan ada estimasi dana untuk melakukan perbaikan, pengadaan display informasi, pembuatan *social network*, pelatihan petugas CS dan petugas keamanan, pembelian LCD untuk menayangkan jadwal kedatangan dan keberangkatan KA

Kata Kunci: Kepuasan pelanggan, *Customer Value*, *Return On Investment*, *Service Quality*, *Important Performance Analysis*, *Customer Need*.

SUMMARY

Stevani Isabella, Department of industrial Engineering, Faculty of Engineering, University of Brawijaya, June 2013, Analysis of Customer Satisfaction with Customer Value Analysis Approach and Return On Investment (Case Study Kota Baru Malang Station), Supervisors: Nasir Widha Setyanto, Ceria Farela Mada Tantrika.

Kota Baru Malang Station as a service provider in the field of transport has become imperative to determine the extent of services provided to satisfy customers. The customers who use the services of a company is to be priority factor in the pursuit of profit. Based on the results of interviews conducted by the researcher to the management of customer complaints still exist such as customer service and convenience facilities in Kota Baru Malang Station as less courteously than service personnel and the purchase of tickets. These conditions encourage writers to help raise the quality of service management for Kota Baru Malang Station. To raise the quality of services, service measurements from a variety of perspectives both customer and management as a service provider.

By using interviews and questionnaires will be open to customers obtained customer need that is divided by five dimensions of service quality (SERVQUAL) and compiled into a closed questionnaire distributed to customers and management. Customer questionnaires will be analyzed using GAP 5 and Important Performance Analysis (IPA) to get a customer service improvement recommendations. Questionnaires were distributed to management will be analyzed using the GAP 1 and interpreted the results of GAP 5 to get the recommendations for improvement in the management level. Service improvement recommendations will be made as much as 2 choices and values calculated Return On Investment. Service improvement recommendations based on the value selected greatest of ROI.

Based on the results and interpretation of GAP1 and GAP5 customer need that needs to be improved is the T1, T2, T3, T5, T6, T7, T8, REL1, rel2, REL4, REL4, REL5, RES1, RES2, RES3, RES5, A1, A2, A3, A4, E1, E3. Based on the analysis and comparison IPA greatest ROI value 84.12 obtained customer need for improvement is inadequate counter purchasing, procurement seats in the platform, the cleanliness of toilets, parking space for delivery / pickup, comfortable waiting room, a guidance groove purchase, booking, cancellation and ticket exchange, ticket notification to customer promo train, station officers in readily help customers quickly and accurately, the scheduled departure and arrival information. And repairs are counter staff training, purchase of platform seats, toilet renovation in the station and make a regular schedule of cleaning toilets for OB, to curb parking area, engage the services of experts (architects) to improve the estimation of the waiting room and there funds to make improvements, procurement display information, making social networks, training officers and security guards CS, purchase LCD to display train arrival and departure.

Keywords: Customer Satisfaction, Customer Value, Return On Investment, Service Quality, Importance Performance Analysis, customer needs.