

**HUBUNGAN ANTARA PROFESIONALITAS *GUIDE*  
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN  
(Studi Korelasi Pada Konsumen PT. Kusuma Satria Dinasasri  
Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata)**

**SKRIPSI**



Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Mencapai Derajat Sarjana S-1 Psikologi

Disusun Oleh  
**AHMAD JIHADI KHOIRI**  
04410095

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2009**

**HUBUNGAN ANTARA PROFESIONALITAS *GUIDE*  
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Korelasi Pada Konsumen PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada  
Divisi Agrowisata)

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada :  
Dekan Fakultas Psikologi UIN Malang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S. Psi)**

Oleh

**AHMAD JIHADI KHOIRI  
04410095**



**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2009**

**HUBUNGAN ANTARA PROFESIONALITAS *GUIDE*  
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Korelasi Pada Konsumen PT. Kusuma Satria Dinasasri  
Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata)

**SKRIPSI**

Oleh:

**AHMAD JIHADI KHOIRI**  
**04410095**

**Telah disetujui oleh,**

**Dosen Pembimbing**

**Endah Kurniawati, M. Psi**

**NIP. 150 300 643**

**Tanggal : 19 Oktober 2009**

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Psikologi**

**Dr. H. Mulyadi, M. Pd.I**

**NIP. 150 206 243**

**HUBUNGAN ANTARA PROFESIONALITAS *GUIDE*  
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Korelasi Pada Konsumen PT. Kusuma Satria Dinasasri

Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata)

**SKRIPSI**

Oleh:

**AHMAD JIHADI KHOIRI**

**04410095**

**Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
dan Dinyatakan Diterima sebagai Salah Satu Persyaratan  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S. Psi)  
Tanggal, 25 Oktober 2009**

**Susunan Dewan Penguji**

**Tanda Tangan**

1. H. Aris Yuana Yusuf, Lc, MA (Ketua Penguji)

\_\_\_\_\_  
NIP. 150 300 126

2. Endah Kurniawati, M. Psi (Sekretaris)

\_\_\_\_\_  
NIP. 150 300 643

3. Dr. Rahmat Aziz, M. Si (Penguji Utama)

\_\_\_\_\_  
NIP. 150 318 464

**Mengesahkan**

**Dekan Fakultas Psikologi UIN Malang**

**Dr. H. Mulyadi, M. Pd.I**

**NIP. 150 206 243**

## **SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Jihadi Khoiri

Fakultas : Psikologi

NIM : 04410095

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Fakultas Psikologi UIN Malang dengan judul : HUBUNGAN ANTARA PROFESIONALITAS *GUIDE* DENGAN KEPUASAN KONSUMEN adalah hasil karya sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada klaim dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab dosen pembimbing atau pengelola Fakultas Psikologi UIN Malang tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 19 Oktober 2009

Hormat saya,

Ahmad Jihadi Khoiri  
NIM. 04410095

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Atas nama cinta dan baktiku pada**

Allah SWT, penguasa jagad raya

Bapak & Ibu yang tidak pernah sedetikpun berhenti memberikan kasih sayang, support dan do'anya

Dulur-dulurku semua (Yuli, Iin, Wilda) atas partisipasinya

Semua keluarga yang paneliti tidak bisa menyebutkan satu persatu

Seluruh Teman-teman yang telah memberikan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini

**Kupersembahkan karya sederhana ini sebagai bukti kasih sayang dan tanda**

**terima kasihku atas semua cinta, pengorbanan, perhatian, dukungan,**

**nasehat yang tiada henti. Teriring do'a semoga**

**segala kebaikan dibalas oleh Allah SWT**

**Amiin.....**

## MOTTO

### **Dan Dialah**

yang telah menciptakan bagi kamu  
pendengaran, penglihatan dan hati,

tetapi amat sedikit dari kamu

**yang bersyukur**

(QS. Al-Mukminun, 23:78)

## KATA PENGANTAR

### *Bismillaahirrohmaanirrohiim*

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat dan salam senantiasa tertuju kepada Rasulullah SAW sebagai junjungan kita.

Tugas akhir ini dapat diselesaikan juga karena dukungan dari pihak lain, karenanya kami ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Prof. DR. H. Imam Suprayogo, selaku Rektor UIN Malang.
2. DR. H. Mulyadi, M. Pd.I, sebagai Dekan Fakultas Psikologi yang telah memberikan perhatian selama pelaksanaan penelitian ini.
3. Endah Kurniawati, M. Psi, sebagai dosen pembimbing yang telah mencurahkan segala pikiran dan perhatian demi kelancaran penelitian ini.
4. Segenap dosen Fakultas Psikologi yang telah memberikan masukan-masukan demi kesempurnaan penelitian ini.
5. Teman-teman psikologi angkatan 2004 yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian penelitian ini.
6. Semua responden dalam penelitian ini yang telah membantu penelitian ini.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca serta pengembangan ilmu secara umum. Amin.

Malang, 19 Oktober 2009

Peneliti

## DAFTAR ISI

|                           |      |
|---------------------------|------|
| HALAMAN SAMPUL .....      | i    |
| HALAMAN JUDUL .....       | ii   |
| HALAMAN PERSETUJUAN ..... | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN .....  | iv   |
| SURAT PERNYATAAN .....    | v    |
| HALAMAN PERSEMBAHAN ..... | vi   |
| MOTTO .....               | vii  |
| KATA PENGANTAR .....      | viii |
| DAFTAR ISI .....          | ix   |
| DAFTAR TABEL .....        | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....     | xiii |
| ABSTRAK .....             | xiv  |

### BAB I. PENDAHULUAN

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| A. Latar Belakang .....     | 1 |
| B. Rumusan Masalah .....    | 9 |
| C. Tujuan Penelitian .....  | 9 |
| D. Manfaat Penelitian ..... | 9 |

### BAB II. LANDASAN TEORI

|  |    |
|--|----|
| A. Profesionalitas <i>Guide</i> .....            | 11 |
| 1. Pengertian Profesionalitas <i>Guide</i> ..... | 11 |

|   |    |
|---|----|
| 2. Hal Yang Harus dikuasai Oleh <i>Guide</i> .....                | 14 |
| 3. Faktor-Faktor Pendukung Yang Harus dikuasai <i>Guide</i> ..... | 15 |
| 4. Kode Etik <i>Guide</i> .....                                   | 16 |
| 5. Kepuasan Pelanggan dan Faktor Pendorongnya .....               | 18 |
| B. Kepuasan Konsumen .....  | 19 |
| 1. Pengertian Kepuasan Konsumen .....                             | 19 |
| 2. Model Kepuasan Konsumen .....                                  | 22 |
| 3. Ekspektasi Konsumen .....                                      | 23 |
| 4. Kepuasan Konsumen Versus Kualitas Jasa .....                   | 24 |
| 5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....        | 27 |
| 6. Atribut Kepuasan Konsumen .....                                | 33 |
| 7. Pengukuran Kepuasan Konsumen .....                             | 35 |
| 8. Strategi Kepuasan Konsumen .....                               | 37 |
| C. Hubungan Profesionalitas Guide Dengan Kepuasan Konsumen .....  | 39 |
| D. Hipotesis Penelitian .....                                     | 42 |
| <b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>                                 |    |
| A. Jenis Penelitian .....   | 43 |
| B. Identifikasi Variabel .....                                    | 43 |
| C. Definisi Operasional .....                                     | 44 |
| D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....           | 48 |
| E. Metode Pengumpulan Data .....                                  | 50 |
| F. Instrumen Penelitian .....                                     | 53 |
| G. Validitas Dan Reliabilitas .....                               | 56 |

|                              |    |
|------------------------------|----|
| H. Metode Analisa Data ..... | 58 |
|------------------------------|----|

#### BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

|   |    |
|---|----|
| A. Orientasi Penelitian .....                 | 61 |
| B. Pelaksanaan Penelitian .....               | 68 |
| C. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas ..... | 68 |
| D. Hasil Analisis Data .....                  | 71 |
| E. Hasil Penelitian .....                     | 73 |
| F. Pembahasan .....                           | 73 |

#### BAB V. PENUTUP

|                      |    |
|----------------------|----|
| A. Kesimpulan .....  | 79 |
| B. Saran-Saran ..... | 80 |

|                      |    |
|----------------------|----|
| DAFTAR PUSTAKA ..... | 81 |
|----------------------|----|

|                         |    |
|-------------------------|----|
| LAMPIRAN-LAMPIRAN ..... | 83 |
|-------------------------|----|

## DAFTAR TABEL

|   | Hal |
|---|-----|
| Tabel 3.1 Blue Print Profesionalitas <i>Guide</i> .....         | 54  |
| Tabel 3.2 Skoring Kuesioner Profesionalitas <i>Guide</i> .....  | 55  |
| Tabel 3.3 Blue Print Kepuasan konsumen .....                    | 55  |
| Tabel 3.4 Skoring Kuesioner Kepuasan konsumen .....             | 56  |
| Tabel 4.1 Item Valid Profesionalitas <i>Guide</i> .....         | 68  |
| Tabel 4.2 Item Valid Kepuasan Konsumen .....                    | 69  |
| Tabel 4.3 Tabel Kaidah Reliabilitas Guildford dan Frucher ..... | 70  |
| Tabel 4.4 Rangkuman Uji Reliabilitas .....                      | 71  |
| Tabel 4.5 Kategori Profesionalitas <i>Guide</i> .....           | 72  |
| Tabel 4.6 Kategori Kepuasan Konsumen .....                      | 72  |
| Tabel 4.7 Rangkuman <i>Product Moment</i> .....                 | 73  |

## DAFTAR LAMPIRAN

|  | Hal |
|--|-----|
| Lampiran 1 Skala Profesionalitas <i>Guide</i> .....            | 83  |
| Lampiran 2 Skala Kepuasan Konsumen .....                       | 85  |
| Lampiran 3 Data Kasar Skala Profesionalitas <i>Guide</i> ..... | 87  |
| Lampiran 4 Data Kasar Skala Kepuasan Konsumen .....            | 90  |
| Lampiran 5 Validitas Aitem .....                               | 93  |
| Lampiran 6 Reliabilitas .....                                  | 95  |
| Lampiran 7 Korelasi Item .....                                 | 97  |

## ABSTRAKS

Khoiri. Jihadi. Ahmad, 2009, **Hubungan Antara Profesionalitas *Guide* Dengan Kepuasan Konsumen**. Skripsi. Malang: Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing : Endah Kurniawati M. Psi

Kata Kunci : Profesionalitas *Guide*, Kepuasan Konsumen

Profesionalitas *guide* adalah keahlian dan mutu kerja seorang yang bertugas memberikan bimbingan, penerangan, dan petunjuk tentang obyek wisata serta membantu segala sesuatu yang diperlukan wisatawan di PT. Kusuma Satria Dinasari Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata. Sedangkan kepuasan konsumen adalah suatu perasaan atau penilaian emosional dari konsumen atas jasa dimana harapan dan kebutuhan mereka terpenuhi selama berwisata di PT. Kusuma Satria Dinasari Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan profesionalitas *guide* dengan kepuasan konsumen. Hipotesis yang diajukan adalah bahwa terdapat hubungan yang positif antara profesionalitas *guide* dengan kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, antara lain variabel bebas yaitu profesionalitas *guide* sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen. Sampel dalam penelitian ini adalah 150 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Instrumen yang digunakan adalah angket yang terdiri dari atas angket profesionalitas *guide* dan kepuasan konsumen. Untuk pengujian kualitas alat ukur digunakan Product Moment yang kemudian dikorelasikan dengan Part Whole untuk menguji validitasnya dan Alpha Cronbarch untuk menguji reliabilitas aitem angket.

Dengan menggunakan rumus korelasi Product Moment dari Pearson, didapatkan hasil  $r_{hitung} = 0,258$ ,  $r_{tabel} = 0,159$ ,  $p = 0,001$  yang berarti hipotesis dalam penelitian ini diterima, bahwa terdapat hubungan yang positif antara profesionalitas *guide* dengan kepuasan konsumen di Agrowisata Batu Malang. Artinya bahwa semakin tinggi tingkat profesionalitas *guide* maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

## ABSTRACT

Khoiri. Jihadi. Ahmad, 2009, Relationship Between Guide Professionalism With Satisfaction Consumer. Thesis. Malang: Faculty of Psychology State Islamic University of Malang Maulana Malik Ibrahim.

Advisor: Endah Kurniawati M. Psi

Keywords: Professionalism Guide, Consumer Satisfaction

Professional expertise and guide the quality of the work of a duty to give guidance, information, and instructions on tourism destinations and help all the necessary tourists in PT. Kusuma Satria Jaya In Dinasasri Tourism Agro Tourism Division. While consumer satisfaction is a feeling or an emotional assessment of the service where the consumer expectations and their needs are met during a tour in PT. Kusuma Satria Jaya In Dinasasri Tourism Agro Tourism Division.

This study aims to determine the professional relationship with customer satisfaction guide. Hypothesis is that there is a positive relationship between professional guide with customer satisfaction. In this study there are two variables, among others, the professionalism of the independent variable while the variable bound guide is customer satisfaction. The sample in this study was 150 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. Instruments used were questionnaires consisting of the questionnaire guide professionalism and customer satisfaction. To test the quality measure used Product Moment later correlated with the Part Whole to test its validity and to test Cronbarch Alpha reliability aitem questionnaire.

By using the correlation formula of Pearson Product Moment, obtained results = 0.258, = 0.159,  $p = 0.001$  which means that the research hypothesis is accepted, that there is a positive relationship between professional guide with customer satisfaction in the Agro Batu Malang. This means that the higher the level of professionalism guide the higher the customer satisfaction.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia telah dianugrahi kekayaan yang berlimpah oleh Tuhan Yang Maha Esa berupa sumber daya, baik sumber daya manusia, sumber daya hayati maupun sumber daya buatan. Sumber daya alami maupun buatan dapat dijadikan sebagai obyek dan daya tarik wisata alami, flora dan fauna, kebudayaan, hasil karya pembangunan, dan hasil karya manusia. Modal tersebut dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin untuk meningkatkan kepariwisataan Indonesia. Penyelenggaraan kepariwisataan ditunjukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka mengangkat kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas, dan pemerataan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan membudayakan obyek dan daya tarik wisata di Indonesia, serta memupuk rasa cinta tanah air dan juga sebagai jalan mempererat persahabatan antar bangsa.

Telah diakui bahwa bidang kepariwisataan merupakan penopang pendapatan Nasional yang terbesar maka perlu adanya perhatian dan penanganan yang lebih serius. Pengembangan dan peningkatan kepariwisataan diperlukan langkah-langkah dan pengaturan yang lebih baik serta mampu mewujudkan keterpaduan dalam kegiatan lintas sektoral. Disamping itu perlu adanya peningkatan sumberdaya manusia sebagai pelaksana kepariwisataan.

Usaha yang dilakukan untuk meningkatkan sumber daya manusia yaitu dengan mengadakan pelatihan-pelatihan, diantaranya pelatihan penguasaan proses *guiding* sebagai faktor pendukung dalam kegiatan pemanduan. Dalam hal ini adalah penguasaan sistem komunikasi yang dapat dimengerti dan dapat menimbulkan kepuasan tersendiri bagi konsumen/wisatawan, sebagai contoh penguasaan sistem komunikasi tersebut adalah kemampuan interaksi dan penguasaan proses *guiding* yang akan mempermudah bagi seorang *guide* atau pramuwisata dalam menyampaikan informasi tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan obyek wisata. Seorang pramuwisata atau *guide* yang profesional haruslah memahami obyek wisata serta mengedepankan kepuasan wisatawan atau konsumen.

Kepuasan konsumen seharusnya merupakan tujuan utama dalam dunia perdagangan, baik perdagangan yang berupa barang ataupun jasa. Dalam penelitian ini, peneliti akan membahas lebih dalam mengenai kepuasan konsumen dalam penjualan jasa, yang mana dalam hal ini adalah proses *guiding*. Sering kali ditemukan seorang penjual jasa, semisal seorang *guide* tidak memperhatikan kualitas penjualan jasanya, hal ini sering terjadi karena kurangnya pengetahuan seorang *guide* tentang proses *guide* yang baik dan efektif, sehingga membuat konsumen merasa tidak nyaman, kurang puas, dan tidak berkeinginan datang kembali ke tempat pariwisata tersebut.

Tjiptono dan Gregorius dalam bukunya yang berjudul *Service Quality & Satisfaction*, 2005:108, menjelaskan dua hal penting dalam penjualan jasa, yaitu dalam penyampaian jasa dibutuhkan kontak atau interaksi antara pelanggan dan

penyedia jasa, sehingga kualitas jasa bersangkutan ditentukan oleh proses interaksi dan komunikasi yang berlangsung selama proses penyampaian jasa, dan agar suatu jasa terhindar dari miskomunikasi yang berujung pada buruknya kualitas yang dipersepsikan pelanggan, dibutuhkan komunikasi dan kriteria kualitas yang jelas.

Perspektif pengukuran kualitas bisa dikelompokkan menjadi dua jenis: internal dan eksternal. Kualitas berdasarkan perspektif internal diartikan sebagai *zero defect (doing it right the first time* atau kesesuaian dengan persyaratan), sedangkan perspektif eksternal memahami kualitas berdasarkan persepsi pelanggan, ekspektasi pelanggan, kepuasan pelanggan, sikap pelanggan, dan *customer delight* (Sachdev & Verma,2004), dalam Tjitono & Gregorius,2006.

Pembahasan mengenai kepuasan konsumen sangat dibutuhkan karena kepuasan konsumen berperan besar dalam menciptakan keunggulan layanan (*service excellence*). Keunggulan pelayanan karyawan (dalam hal ini seorang *guide*) dapat dibentuk melalui pengintergrasian empat pilar yang saling berkaitan erat, yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan layanan (Tjiptono dan Gregorius. 2006:109).

Untuk mencapai tingkat keunggulan layanan, setiap *guide* harus mempunyai keterampilan khusus, diantaranya memahami produk/jasa dari objek pariwisata yang dipandunya lebih mendalam, berpenampilan menarik dan rapi, bersikap ramah dan bersahabat, menunjukkan komitmen dan responsivitas dalam melayani pelanggan, tidak tinggi hati karena merasa dibutuhkan, menguasai pekerjaan yang berkaitan langsung maupun tidak langsung dengan

departemennya, mampu berkomunikasi secara efektif, mampu memahami bahasa isyarat (*gesture*), dan mampu menangani keluhan pelanggan secara profesional. Sekalipun upaya mewujudkan keunggulan layanan *guide* bukanlah hal yang mudah, namun apabila sebuah organisasi mampu melakukannya, maka manfaat yang diperoleh sangatlah besar, baik bagi perusahaan, pelanggan, maupun karyawan (Buku Panduan *Guide* PT. Kusuma Agrowisata).

Banyak hal yang terjadi di PT. Kusuma Agrowisata yang menarik perhatian peneliti diantaranya yaitu fenomena-fenomena yang terjadi dari sisi *guidenya* dan sikap konsumen terhadap proses *guiding*, yang dapat mewakili pencitraan terhadap PT. Kusuma Agrowisata di mata konsumen. Tujuan utama konsumen berwisata adalah tercapainya kepuasan. Salah satu faktor yang mendukung adalah proses *guiding*, dimana *guide* dituntut harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik sehingga pengunjung/konsumen merasa puas. Untuk mencapai hal tersebut maka *guide* harus bekerja sebaik mungkin agar pelayanannya dikenang oleh semua pengunjung/konsumen yang berwisata di PT. Kusuma Agrowisata. Pada proses *guiding*, tidak jarang *guide* harus menahan emosinya saat pengunjung/konsumen memperlakukan seperti seorang yang tidak bermartabat misalnya, pengunjung/konsumen memperlakukan *guide* layaknya seperti pembantu rumah tangga, seperti meminta *guide* untuk menggendong anaknya, terkadang juga ditemukan pengunjung/konsumen yang sangat manja, yang mana mereka meminta *guide* melakukan semua yang diinginkannya, seperti membawakan barang bawaan pengunjung/konsumen, padahal permintaan pengunjung/konsumen tersebut di luar tanggung jawab *guide*. *Guide* yang

menemui hal tersebut biasanya bekerja tidak disertai dengan rasa ikhlas, asal-asalan, lalu mengantar pengunjung/konsumen dengan rute-rute yang singkat. Itu semua dilakukan *guide* agar pengunjung/wisatawan tersebut cepat selesai berwisatanya. Meskipun rute-rute di kebun Kusuma Agrowisata sangatlah panjang.

Biasanya para pengunjung/konsumen tidak mau rugi kalau mereka sudah masuk di perkebunan PT. Kusuma Agrowisata. Yang ada di benak mereka hanyalah ingin merasa puas berwisata, dengan adanya keinginan itu maka para wisatawan/konsumen harus memperoleh apa yang mereka inginkan, seperti dalam hal pemetikan buah di lokasi pemetikan buah. Kusuma Agrowisata telah menentukan berapa jumlah buah yang boleh dipetik oleh para pengunjung/konsumen, dan diluar area pemetikan buah sudah dijelaskan melalui papan pengumuman yang salah satunya berisi tentang: semua wisatawan/konsumen boleh memetik buah maksimal dua buah dengan didampingi oleh *guidenya* masing-masing. Akan tetapi pada saat pemetikan tidak jarang para pengunjung/konsumen meminta memetik buah lebih dari dua buah. Keadaan ini sangat dilematis bagi *guide*, karena di satu sisi *guide* ingin sekali memenuhi semua permintaan para pengunjung/konsumen, tetapi di sisi lain *guide* tidak boleh melanggar ketentuan yang sudah ditetapkan oleh PT. Kusuma Agrowisata. Dengan adanya keadaan seperti itu maka *guide* harus bisa mengkondisikan pengunjung/konsumen untuk menerima keputusan yang telah ditetapkan oleh Kusuma Agrowisata, *guide* juga harus bisa menjelaskan kepada pengunjung/konsumen supaya mereka tidak kecewa dan merasa puas nantinya,

tetapi ada juga *guide* yang terbujuk oleh pengunjung/konsumen untuk memetikkan buah lebih dari dua buah, biasanya *guide* melihat dulu ukuran buahnya, kalau ukuran buah di kebun Kusuma Agrowisata kecil-kecil atau dibawah standar maka pengunjung/konsumen boleh memetik buah lebih dari dua buah, dan itupun *guide* harus jeli dalam melihat ukuran buahnya.

Para pengunjung/konsumen yang berwisata di PT. Kusuma Agrowisata yang datang dari berbagai daerah rata-rata mereka menganggap bahwa buah yang mereka petik di PT. Kusuma Agrowisata hanya buah apel dan stroberi saja, padahal di PT. Kusuma Agrowisata terdapat dua kebun, di mana masing-masing kebun ditanami buah yang berbeda. Kebun yang satu terdapat buah apel, jeruk, jambu, dan kebun yang lainnya terdapat buah stroberi, buah naga dan berbagai macam sayur seperti sawi, brokoli, buah kol, paprika, tomat dan lain-lain. Kebun yang disediakan bagi para pengunjung/konsumen untuk dipetik buahnya, tiap hari berubah-ubah, misalnya hari senin kebun yang disediakan untuk pemetikan adalah kebun apel, bukan tidak mungkin hari selanjutnya kebun yang disediakan untuk pengunjung/konsumen berubah lagi. Hal itu karena kedatangan para pengunjung/konsumen tidak menentu jumlahnya, sehingga memungkinkan buah apel habis. Pengunjung/konsumen yang datang pada hari berikutnya terpaksa tidak bisa petik buah apel, tetapi petik buah yang lain misalnya jambu, jeruk, dan lain-lain untuk mengantisipasi kekurangannya. Hal itu juga disebabkan terbatasnya kebun yang disediakan PT. Kusuma Agrowisata tak sebanding dengan banyaknya pengunjung/konsumen yang berwisata di PT. Kusuma Agrowisata. Akan tetapi kalau pengunjung/konsumen yang akan berwisata ke

Kusuma Agrowisata memesan jauh-jauh hari untuk disediakan buah yang diinginkannya untuk dipetik, maka pihak Kusuma Agrowisata menyediakan buah yang diinginkan pengunjung/konsumen tersebut, dan itupun pengunjung/konsumen yang memesan harus memastikan berapa jumlah rombongan yang akan dibawanya, dengan itu pihak Kusuma Agrowisata akan menyediakan buah yang akan dipetik dan tentunya pihak Kusuma Agrowisata pun menjamin tidak akan kekurangan buah yang sudah dipesan tersebut.

Bagi para pengunjung/konsumen yang tidak mengetahui hal tersebut biasanya merasa kecewa jika ternyata kebun yang disediakan untuk dipetik bukanlah buah apel melainkan jeruk, jambu atau yang lainnya. Selanjutnya pengunjung/konsumen melampiaskan kekecewaannya pada *guide*, karena *guidelah* yang menemani perjalanan berwisata para pengunjung/konsumen di PT. Kusuma Agrowisata, dan itupun tentunya tugas bagi *guide* untuk membuat pengunjung/konsumen merasa puas diakhir perjalanannya, sehingga membuat mereka ingin berkunjung kembali di Kusuma Agrowisata. Tentunya itu bukanlah pekerjaan mudah bagi *guide*, namun demikian *guide* di PT. Kusuma Agrowisata dituntut untuk bisa mengatasi hal-hal seperti itu.

Fenomena-fenomena lain yang peneliti jumpai terkait dengan profesionalitas *guide* di PT. Kusuma Agrowisata adalah kurangnya penguasaan bahasa asing, karena tidak jarang pengunjung/wisatawan yang berwisata di PT. Kusuma Agrowisata berasal dari manca negara. Tentunya *guide* harus bisa menguasai bahasa asing. Kekurangan tersebut tidak jarang membuat *guide* kerepotan, *guide* cenderung banyak diam padahal seorang *guide* di PT. Kusuma

Agrowisata harus banyak mempresentasikan produk-produk yang dimiliki PT. Kusuma Agrowisata. Guna mengatasi semua itu biasanya *guide* menggunakan bahasa isyarat, namun itupun belumlah cukup, sebab di samping mempresentasikan produk-produk PT. Kusuma Agrowisata, *guide* juga harus bisa menciptakan keakraban antara *guide* dengan pengunjung/konsumen yang berwisata di PT. Kusuma Agrowisata.

Fenomena-fenomena lain yaitu *guide* terlalu pilih-pilih dalam melayani pengunjung/konsumen, itu di sebabkan karena *guide* ingin mendapatkan tips atau komisi dari pengunjung/konsumen. Jika *guide* melihat ada pengunjung/konsumen yang mengendarai mobil mewah atau berpakaian serba glamor, maka mereka mengabaikan pengunjung/konsumen yang terlihat sederhana, karena *guide* menganggap pengunjung/konsumen yang serba glamor akan memberikan tips atau komisi yang banyak.

Terkait dengan hal itu biasanya berpengaruh pada kinerja *guide*, mereka akan termotifasi dan memberikan pelayanan terbaik jika menemui pengunjung/konsumen yang dianggapnya banyak uang, dan akan bekerja asal-asalan jika menemui pengunjung/konsumen yang dianggap sederhana.

Menurut asumsi peneliti, profesionalitas *guide* memiliki hubungan yang sangat erat dengan tingkat kepuasan konsumen khususnya pada Agrowisata Batu Malang karena bagaimanapun konsumen yang berwisata berharap akan mendapat kepuasan yang mana hal tersebut dapat diperoleh jika *guide* pada tempat wisata tersebut bekerja secara professional, seperti memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen.

Berdasarkan pada fenomena-fenomena di atas maka peneliti tertarik untuk melihat sejauh mana profesionalitas *guide* di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata dengan penelitian yang berjudul: **Hubungan Antara Profesionalitas *Guide* Dengan Kepuasan Konsumen di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya pada Divisi Agrowisata.**

### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimanakah tingkat profesionalitas *guide* di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya pada Divisi Agrowisata?
2. Bagaimanakah tingkat kepuasan konsumen di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya pada Divisi Agrowisata?
3. Bagaimanakah hubungan antara profesionalitas *guide* dengan kepuasan konsumen di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya pada Divisi Agrowisata?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui tingkat profesionalitas *guide* di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya pada Divisi Agrowisata.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya pada Divisi Agrowisata.
3. Mengetahui hubungan antara profesionalitas *guide* dengan kepuasan konsumen di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya pada Divisi Agrowisata.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Memberikan wawasan berfikir yang lebih luas akan permasalahan-permasalahan psikologi industri dan organisasi yang actual, khususnya dalam dunia kerja.
2. Mengetahui lebih mendalam dan jelas tentang profesionalitas *guide* di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya pada Divisi Agrowisata.
3. Menambah wawasan pengetahuan, keterampilan dan pengalaman di bidang psikologi konsumen.
4. Sebagai masukan kepada pihak PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya pada Divisi Agrowisata yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Profesionalitas *Guide***

##### **1. Pengertian**

Profesionalitas adalah keahlian dan mutu kerja (Partanto, Paus dan Dahlan, 1994:627). Penjelasan dan makna profesionalitas tidak bisa lepas dari tiga aspek, yaitu pengetahuan (*Knowledge*), keahlian (*Skill*), dan sikap mental (*Attitude*). Ketiga aspek tersebut sama pentingnya dan setara sebagai fondasi dimana kualitas-kualitas profesionalitas itu dibangun, dikembangkan dan diasuh terus menerus. Kombinasi ketiga komponen itulah substansi konsep profesionalitas. (Tanri Abeng, 1997:3) Beberapa aspek professional tersebut selanjutnya menjadi dasar terbentuknya manajemen profesional. Manajemen profesional menurut Louis Allen adalah sistem dalam organisasi yang memungkinkan berjalannya fungsi-fungsi manajemen, yaitu *planning, organizing, leading, dan controlling*. (Tanri Abeng, 1997:28)

Bertolak pada definisi di atas, maka profesional lebih bertumpu pada kelancaran proses manajemen dalam suatu organisasi. Pembahasan mengenai profesionalitas selaras dengan makna hadis Nabi Muhammad SAW (Al-Imam Abi Abdillah Muhammad Bin Ismail Bin Ibrahim Bin al-Mughirah Bin Baridzabah al- Bukhori, *Shahih Bukhori*, 1992: 26) yang berbunyi:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ سِنَانَ قَالَ : حَدَّثَنَا فُلَيْحُ . ح . وَحَدَّثَنِي إِبْرَاهِيمُ بْنُ الْمُنْذِرِ ، حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ فُلَيْحٍ قَالَ حَدَّثَنِي أَبِي قَالَ حَدَّثَنِي هِلَالُ بْنُ عَلِيٍّ عَنْ عَطَاءِ بْنِ يَسَارٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ : بَيْنَمَا النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فِي مَجْلِسٍ يُحَدِّثُ الْقَوْمَ جَاءَهُ أُعْرَابِي فَقَالَ مَتَى السَّاعَةُ ؟ فَمَضَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَحْدُثُ فَقَالَ بَعْضُ الْقَوْمِ : سَمِعَ مَا قَالَ فَكَارَهُ مَا قَالَ . وَقَالَ بَعْضُهُمْ : بَلْ لَمْ يَسْمَعْ حَتَّى إِذَا قَضَى حَدِيثَهُ قَالَ : أَيْنَ أَرَاهُ السَّائِلُ عَنْ السَّاعَةِ قَالَ : هَا أَنَا يَا رَسُولَ اللَّهِ . قَالَ : فَإِذَا ضَيَّعْتَ الْأَمَانَةَ فَأَنْتَظِرُ السَّاعَةَ . قَالَ : كَيْفَ إِضَاعَتُهَا؟ قَالَ : إِذَا وَسَدَّ الْأَمْرُ إِلَى غَيْرِ أَهْلِهِ فَأَنْتَظِرُ السَّاعَةَ . (رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ)

Artinya: “Muhammad Bin Sinan Menceritakan kepadaku, dia berkata Fulaih telah menceritakan kepadaku, dan telah menceritakan kepadaku Ibrahim bin Mundzir, Muhamad bin Fulaih telah menceritakan kepadaku, dia berkata bapakku telah bercerita kepadaku, dia berkata telah bercerita kepadaku Hilal bin Ali dari Atha bin Yasar dari Abi Hurairroh dia berkata. “ Ketika Nabi Saw bercerita dengan kaum dalam suatu majlis, datanglah orang a’raby maka dia bertanya, “ Kapan datang hari kiamat? Maka Rasulullah Saw meneruskan bicarannya. Maka sebagian kaum berkat Nabi mendengar pertanyaan dan Nabi membencinya. Dan sebagian mereka berkata Nabi tidak mendengar. Sehingga setelah Nabi selesai berbicara, dia berkata “Dimanakan orang yang bertanya tentang hari kiamat? Orang A’raby berkata “ Saya di sini ya Rasulallah. Nabi berkata “ Ketika Oamanat telah disia-siakan maka tunggulah saat hari kiamat. Orang A’raby bertanya, “ Bagaimana menyia-nyiaikan amanat itu? Nabi menjawab, “ Ketika suatu perkara diberikan kepada yang bukan ahlinya maka tunggulah saat kiamat tiba.” ( H.R Muslim ) (Shahih Bukhori dalam Abdillah, 1992: 26).

Pengertian *tour Guide* (pramuwisata) pada dasarnya sulit didefinisikan,

dibawah ini beberapa pengertian pramuwisata dilihat dari beberapa sudut pandang:

- a. Dari sudut Biro perjalanan, seorang pramuwisata adalah karyawan yang menjadi wakil perusahaan dalam rangka memberikan pelayanan sekaligus bertindak sebagai petugas *after sales service* dari paket wisata yang telah dijual kepada wisatawan.

- b. Dari sudut pandang wisatawan, pramuwisata adalah seorang yang bekerja pada suatu biro perjalanan atau suatu kantor pariwisata (*tourist office*) bertugas memberikan informasi, bimbingan dan saran secara langsung kepada wisatawan sebelum dan sepanjang rute kunjungan wisata berlangsung.
- c. Dari sudut kepentingan wisatawan, pramuwisata adalah orang yang pertama kali ditemui oleh wisatawan kemudian ia menjadi teman dalam perjalanan yang diharap dapat memberikan informasi tentang segala sesuatu yang menyangkut obyek dan atraksi wisata sejalan dengan rencana yang diatur sebelumnya.
- d. Menurut keputusan Menteri Pariwisata pos dan telekomunikasi No.KM.82/PW.102/MPPT-88 tanggal 17 September 1988, pengertian pramuwisata adalah seorang yang bertugas memberikan bimbingan, penerangan, dan petunjuk tentang obyek wisata serta membantu segala sesuatu yang diperlukan wisatawan (Reza, 1990:86).

Sedangkan pengertian pramuwisata secara umum adalah seorang yang dibayar untuk menemani wisatawan dalam perjalanan mengunjungi serta menyaksikan objek dan daya tarik wisata.

Pengertian pramuwisata pada pariwisata adalah seorang yang mempunyai pengetahuan berkenaan dengan kebudayaan, kekayaan alam dan inspirasi kehidupan bangsa secara umum, mempunyai ijin untuk memberikan bimbingan, penerangan, dan penjelasan kepariwisataan dengan mempergunakan satu atau beberapa bahasa kepada wisatawan baik secara perorangan atau kelompok (Yoeti, 1996:69). Pengertian pramuwisata pada agrowisata adalah pramuwisata yang memiliki pengetahuan khusus dan mendalam mengenai obyek wisata pertanian

dan holtikultura yang mempunyai surat ijin untuk membimbing perjalanan dengan memberikan penjelasan kepada wisatawan baik perorangan maupun kelompok dengan menggunakan satu atau beberapa bahasa tertentu (Reza, 1990:104).

Berdasarkan beberapa definisi di atas, penulis menyimpulkan bahwa profesionalitas *Guidee* adalah keahlian dan mutu kerja seorang yang bertugas memberikan bimbingan, penerangan, dan petunjuk tentang obyek wisata serta membantu segala sesuatu yang diperlukan wisatawan.

## **2. Beberapa Hal Yang Harus dikuasai Oleh Pemandu Wisata**

Yoeti (1986:47) menyatakan, bahwa dalam melakukan tugasnya seorang pramuwisata atau *Guide* harus menguasai hal-hal yang berkaitan dengan obyek dan daya tarik wisata yang sedang ditawarkan kepada wisatawan. Apabila seorang pramuwisata atau *Guide* telah menguasai dan mampu menyampaikan informasi yang berkenaan dengan obyek dan daya tarik wisata maka wisatawan akan mendapat kepuasan. Hal-hal yang harus dikuasai oleh pemandu wisata antara lain:

- a. Mengetahui sejarah obyek wisata dan daerah sekitar obyek wisata serta mengetahui pengetahuan tentang nilai historinya
- b. Memahami peraturan-peraturan yang berlaku pada obyek wisata termasuk tata cara masuk dan selama berada di lokasi obyek wisata
- c. Mengenal masyarakat daerah sekitar obyek wisata termasuk adat istiadat, tata cara tradisional, serta keadaan sosial, ekonomi, dan budayanya

- d. Mengenal karakteristik wisatawan yang memiliki latar belakang berbeda baik negara asal, tingkat umur serta motif perjalanan sehingga pramuwisata atau *Guide* dapat memberikan informasi sesuai keinginan wisatawan atau konsumen
- e. Mampu memberikan citra yang baik bagi kepariwisataan Indonesia.

### **3. Faktor-Faktor Pendukung Yang Harus dikuasai Pemandu Wisata (*Guide*)**

Disamping mengetahui tugas-tugas sebagai pramuwisata alangkah baiknya seorang pramuwisata mengetahui faktor-faktor pendukung yang harus dikuasai karena sukses yang diperoleh dalam menjalankan tugasnya sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut. Ada empat faktor penting yang mau tidak mau harus diketahui oleh seorang pramuwisata secara khusus, sehingga akhirnya memperoleh ketrampilan sendiri yang dapat diandalkan. Keempat faktor tersebut menurut Yoeti (1986:58) adalah:

#### **a. Informasi**

Adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan obyek wisata seorang pramuwisata dituntut untuk mengetahui dan memahami agar mampu memberikan informasi dengan baik, karena itu seorang pramuwisata haruslah banyak membaca buku-buku yang berkenaan dengan obyek wisata.

#### **b. Penguasaan Bahasa**

Dalam hal ini yang dimaksudkan adalah penguasaan bahasa yang dapat dimengerti oleh wisatawan yang kita bawa.

### c. Ketrampilan Bergaul

Sebagai pramuwisata dalam tugasnya akan bertemu dengan berbagai macam orang yang memiliki karakter yang berbeda, dan seorang pramuwisata haruslah mampu menyesuaikan diri dengan semua orang terutama bagaimana ia dapat menjadi seorang teman yang menarik dalam perjalanan wisata.

Menurut penjelasan diatas kalau ditinjau dari segi islam, dimana Al-qur'an telah menjelaskan dalam surat Al-hujarat ayat 13.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ سُعُوبًا وَأَقْبَابًا لِتَعَارَفُوا  
إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

*Artinya: Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal (Al-Hujarat: 13)*

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah SWT menciptakan manusia untuk saling mengenal, yang mana perkenalan tersebut membutuhkan keterampilan dalam bergaul bagi individu. Individu yang mampu bergaul dengan baik maka ia akan mampu berkenalan dan melakukan interaksi sosial dengan baik pula.

### d. Mengetahui seluk beluk Operasional biro perjalanan

Agar dapat melaksanakan tugasnya dengan baik seorang pramuwisata sebaiknya mengetahui tentang operasional dari suatu biro perjalanan agar tidak terjadi kesalahpahaman.

#### **4. Kode Etik Pramuwisata (*Guide*)**

Kode etik yang diberlakukan pada Kusuma Agrowisata adalah:

- a. Pramuwisata harus mampu menciptakan kesan penilaian yang baik atas daerah, bangsa, dan kebudayaan.
- b. Pramuwisata dalam menjalankan tugasnya harus menguasai diri, tenang, segar, rapi, bersih serta penampilan yang simpati (untuk menghindari bau badan, perhiasan, dan parfum yang berlebihan).
- c. Pramuwisata harus mampu menciptakan suasana gembira dan sopan menurut kepribadian bangsa Indonesia.
- d. Pramuwisata harus mampu memberikan pelayanan dan perlakuan yang sama kepada wisatawan dengan tidak meminta tips, tidak menjajakan barang dan tidak meminta komisi.
- e. Pramuwisata harus mampu memahami latar belakang wisatawan serta mengupayakan untuk meyakinkan wisatawan agar mematuhi hukum, peraturan, adat kebiasaan yang berlaku serta ikut melestarikan obyek wisata.
- f. Pramuwisata harus mampu menghindarkan timbulnya pembicaraan serta pendapat yang mengundang perbedaan pendapat mengenai kepercayaan, adat istiadat, sistem politik dan sosial negara asal wisatawan. Jika konsumen berada dalam suatu kawasan wisata, maka *guide* harus mampu memberikan keterangan yang dapat mempersatukan persepsi konsumen mengenai keadaan lokasi wisata sehingga tidak menimbulkan perbedaan persepsi.
- g. Pramuwisata harus mampu memberikan keterangan mengenai obyek wisata yang baik dan benar. Apabila ada hal yang belum bisa dijelaskan, maka

pramuwisata harus mencari keterangan mengenai hal tersebut dan selanjutnya menyampaikan kepada wisatawan pada kesempatan berikutnya. Seperti apa yang ada dalam hadits yang diriwayatkan oleh At-Tirmidzi:

عَنْ الْحَسَنِ بْنِ عَلِيٍّ بْنِ أَبِي طَالِبٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ حَفِظْتُ مِنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ دَعْوًا مَا يَرِيْبُكَ إِلَى مَا لَا يَرِيْبُكَ فَإِنَّ الصِّدْقَ طُمَأْنِينَةٌ وَإِنَّ الْكُذِبَ رِيْبَةٌ (رواه الترمذی).

*Artinya: "Dari Hasan bin Ali bin Abi Thalib raa. berkata, 'Saya hafal dari Rasulullah perkataan, 'Tinggalkan sesuatu yang meragukanmu kepada sesuatu yang tidak meragukanmu, karena sesungguhnya kejujuran itu adalah ketenangan dan kebohongan itu adalah kegelisahan.' ( HR. At-Tirmidzi 2442 ) (Shabir, 2004:154).*

- h. Pramuwisata tidak dibenarkan mencemarkan nama baik perusahaan, teman seprofesi dan unsur pariwisata lainnya.
- i. Pramuwisata tidak dibenarkan menceritakan masalah pribadinya yang dapat menyebabkan rasa kasihan dari wisatawan.
- j. Pramuwisata pada saat perisahan mampu memberikan kesan yang baik agar wisatawan berkunjung kembali.

## **5. Kepuasan Pelanggan dan Faktor Pendorongnya**

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada kelima dimensi jasa.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas kinerja produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Persepsi didefinisikan

sebagai proses dimana individu memilih, mengorganisasikan serta mengartikan stimulus yang diterima melalui alat inderanya (Rangkuti, 1997:96). Berdasarkan hasil studi yang dilakukan oleh Irawan, terdapat 5 penggerak utama kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, harga, kualitas jasa, faktor emosi dan kemudahan (Irawan, 2002:76).

Dengan mengetahui kelima penggerak tersebut tentulah belum cukup bagi perusahaan untuk merancang strategi dan program peningkatan kepuasan pelanggan untuk itu perlu diketahui berapa bobot yang diberikan untuk masing-masing penggerak tersebut dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Riset tentang kepuasan pelanggan yang dilakukan di Irlandia terhadap 600 perusahaan menunjukkan pelanggan yang memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang relatif tinggi cenderung berpindah merk. Hal ini disebabkan oleh kesalahan persepsi perusahaan terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan sering menganggap kepuasan pelanggan merupakan tujuan akhir bukan proses untuk perbaikan internal (Swa, 2002:36). Ada beberapa industri dimana faktor harga sangat penting seperti industri yang bersifat komoditas. Pada produk seperti koran, tabloid dan media cetak faktor kualitas produk sangatlah penting sedangkan untuk industri perhotelan, rumah sakit atau perbankan faktor kualitas jasa pelayanan merupakan hal yang sangat dominan. Kontribusi penggerak ini juga dapat berubah dari waktu ke waktu untuk suatu industri.

## **B. Kepuasan Konsumen**

### **1. Pengertian Kepuasan Konsumen**

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin "satic" artinya cukup baik, memadai; dan facio yang artinya membuat atau melakukan. Kepuasan bisa diartikan sebagai "upaya pemenuhan sesuatu" atau "membuat sesuatu memadai". Oxford Advanced Learner's Dictionary mendeskripsikan kepuasan sebagai "*the good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen does happen*"; "*the act of fulfilling a need or desire*"; dan "*an acceptable way of dealing with a complaint, a debt, an injury*". Oliver (1997:25) dalam bukunya yang berjudul "*satisfaction:A Behavioral Perspective On The Consumer*" menyatakan bahwa semua orang paham apa itu kepuasan tetapi begitu diminta mendefinisikannya, kelihatannya tak seorang pun tahu.

Dalam kajian literatur, kepuasan yang dilakukan oleh Giese dan Cote (2000:24) mengidentifikasi 20 definisi yang diacu dalam riset kepuasan pelanggan selama 30 tahun, dan menemukan 3 kesamaan komponen utama, yaitu : (1)kepuasan pelanggan merupakan respons (emosional atau kognitif); (2) respons tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi produk, pengalaman konsumsi, dan seterusnya); dan (3) respons terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif, dan lain-lain). Secara singkat, kepuasan konsumen terdiri dari tiga komponen, yaitu: respons menyangkut fokus tertentu yang ditentukan pada waktu tertentu.

Menurut Irawan (dalam Samuel dan Foedjiawati, 2005:77), kepuasan konsumen memang sulit didefinisikan tetapi dapat dilihat dari indikator-indikator perilakunya yang menunjukkan bahwa seseorang itu merasa puas terhadap suatu barang/jasa. Indikator-indikator perilaku tersebut diantaranya adalah: senang, semangat, nyaman, ada kecenderungan ingin kembali, dan ada kecenderungan loyal terhadap barang/jasa.

Spreng (1996:76) menyatakan bahwa perasaan puas konsumen timbul ketika konsumen membandingkan persepsi mereka mengenai kinerja produk atau jasa dengan harapan mereka. Tse dan Wilson (1988:97) menyatakan kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Kotler dan Keller (2006:136) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dari beberapa uraian tersebut dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen dihasilkan dari proses perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapannya, yang menghasilkan *disconfirmation paradigm*.

Menurut Susan dan Glen (dalam Emy, 2009:10), kepuasan pelanggan digambarkan sebagai suatu proses yang dinamis, dapat berubah karena berkaitan dengan dimensi sosial yang kuat. Pada intinya kepuasan pelanggan adalah *response* atau tanggapan yang diberikan oleh pelanggan (*customer*) atas terpenuhinya kebutuhan, sehingga memperoleh rasa senang atau nyaman.

Kepuasan pelanggan menurut Rangkuti (2004:84) adalah mengukur sejauh mana harapan pelanggan terhadap produk atau jasa yang diberikan dan telah sesuai dengan aktual produk atau jasa yang ia rasakan.

Menurut Eangel (1990:69), kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan pelanggan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Oliver (dalam Tjiptono & Chandra, 2005:196) mengemukakan kepuasan konsumen adalah penilaian bahwa bentuk/model produk atau jasa, atau produk/jasa itu sendiri memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan konsumsi yang menyenangkan.

## **2. Model Kepuasan Konsumen**

Menurut Schnaars (1991:76), pada dasarnya tujuan sebuah bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas. Sejalan dengan itu, berbagai upaya dilakukan untuk menyusun langkah teoritikal guna menjelaskan determinan, proses pembentukan, dan konsekuensi kepuasan pelanggan (Yi, 1990:80). Secara garis besar, riset-riset kepuasan pelanggan didasarkan pada tiga teori utama: *contrast theory*, *assimilation theory*, dan *assimilation-contrast theory* (Chiou, 1999:48).

*Contrast theory* berasumsi bahwa konsumen akan membandingkan kinerja produk aktual dengan ekspektasi, maka pelanggan akan puas. Sebaliknya,

jika kinerja aktual lebih rendah dibandingkan ekspektasi, maka konsumen akan tidak puas.

*Assimilation theory* menyatakan bahwa evaluasi purnabeli merupakan fungsi positif dari ekspektasi konsumen pra-pembelian. Karena proses dikonfirmasi secara psikologis tidak enak dilakukan, konsumen cenderung secara perseptual mendistorsi perbedaan antara ekspektasi dan kinerjanya ke arah ekspektasi awal. Dengan kata lain, penyimpangan dari ekspektasinya cenderung akan diterima oleh konsumen yang bersangkutan.

*Assimilation-contrast theory* berpegangan bahwa terjadinya efek asimilasi (*assililation effect*) atau efek kontras (*contrast effect*) merupakan fungsi dari tingkat kesenjangan antara kinerja yang diharapkan dan kinerja actual. Apabila kesenjangan besar, konsumen akan memperbesar gap tersebut, sehingga produk dipersepsikan jauh lebih bagus/buruk dibandingkan kenyataannya (sebagaimana halnya *contrast theory*). Namun, jika kesenjangan tidak terlampau besar, *assimilation theory* yang berlaku. Dengan kata lain, jika rentang deviasi yang bisa diterima (*acceptable deviations*) dilewati, maka kesenjangan antara ekspektasi dan kinerja akan menjadi signifikan dan disitulah efek kontras berlaku.

### **3. Ekspektasi Konsumen**

Berikut ini beberapa macam definisi dari ekspektasi konsumen yang banyak dijumpai dalam literatur (Tjiptono, Fandy dan Chandra, 2006:35), yaitu:

- a) Probabilitas yang ditentukan pelanggan untuk terjadinya event positif dan negatif bila konsumen menunjukkan perilaku tertentu (Oliver, 1981:58).

- b) Ekspektasi seseorang tidak hanya mencakup probabilitas terjadinya hasil (*outcome*) tertentu, namun juga evaluasi terhadap hasil bersangkutan (Oliver, 1981:60).
- c) Keyakinan konsumen bahwa sebuah produk memiliki atribut-atribut tertentu yang diinginkan (Erevelles & Leavitt, 1992:85).
- d) Ekspektasi mencakup antisipasi terhadap seberapa baik sebuah produk bakal berkinerja kepada sejumlah atribut-atribut penting (Swan & Trawick, 1981:109).
- e) Ekspektasi merupakan peeridiksi terhadap sifat/karakteristik dan tingkat kinerja yang bakal diterima pengguna produk (Woodruff, Cadotte & Jenkis, 1983:64).
- f) Keyakinan atau prediksi terhadap kemungkinan atribut atau kinerja produk (Olshavsky & Spreng, 1989:50). Islam menguatkan dalam surat Al-Hasry ayat 18, sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

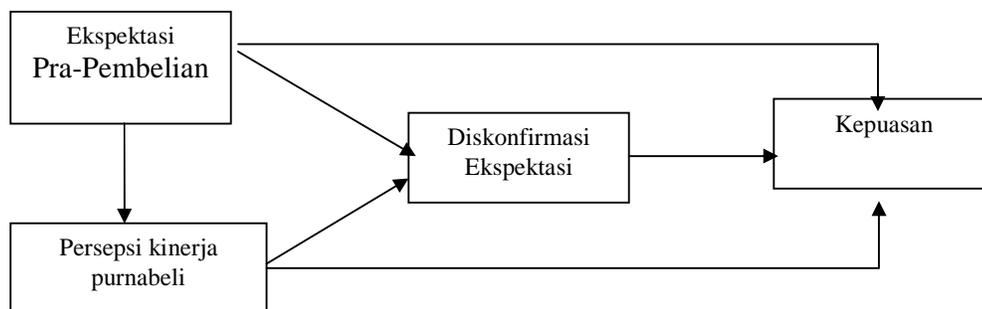
*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. (Al-Hasry: 18)*

Ayat di atas menjelaskan bahwa setiap individu diharuskan untuk selalu memperhatikan apa yang akan dan telah dilakukan sebagai bahan evaluasi dalam bekerja. Hasil evaluasi yang dilakukan kemudian dijadikan bahan referensi dalam bekerja untuk selanjutnya sehingga hasilnya akan lebih baik.

- g) Keyakinan konsumen terhadap tingkat atribut yang dimiliki sebuah produk (LaTour & Peat, 1977:37).

- h) Apa yang diyakini pembeli individual akan didapatkannya menyangkut kinerja alternatif penyedia jasa berdasarkan pemrosesannya terhadap sumber-sumber informasi yang tersedia (Anderson & Chambers,1985:75).
- i) Kalkulasi probabilitas indiferen yang dilakukan konsumen yang menghasilkan gambaran mengenai apa yang terjadi (Liechty &Churchill, 1979:49).
- j) Ekspektasi ideal adalah tingkat atribut sempurna atau utilitas maksimum (Teas,1993:53).

Berikut merupakan *Model Diskonfirmasi Ekspektasi* oleh Teas dan Palan (1997:72).



#### 4. Kepuasan Konsumen Versus Kualitas Jasa

Banyak akademisi dan peneliti yang sepakat bahwa kepuasan pelanggan merupakan ukuran spesifik untuk setiap transaksi, situasi atau interaksi (*encounter*) yang bersifat jangka pendek, sedangkan kualitas jasa merupakan sikap yang dibentuk dari evaluasi keseluruhan terhadap kinerja perusahaan dalam jangka panjang (Parasuraman, 1985:120; Hoffman & Bateson, 1997:85). Akan tetapi hubungan antar kedua konsep tersebut kerap kali belum jelas. Sejumlah

peneliti melontarkan isu seputar apakah kualitas jasa dan kepuasan pelanggan merupakan konstruk yang sama atau berbeda.

Dabholkar (1993:64) merangkum berbagai perspektif terhadap keterkaitan antara kepuasan pelanggan dan kualitas jasa kedalam tiga kategori: sama sekali berbeda, prtially overlap dan tidak bisa dibedakan (satu konstruk).

Lihat tabel dibawah ini:

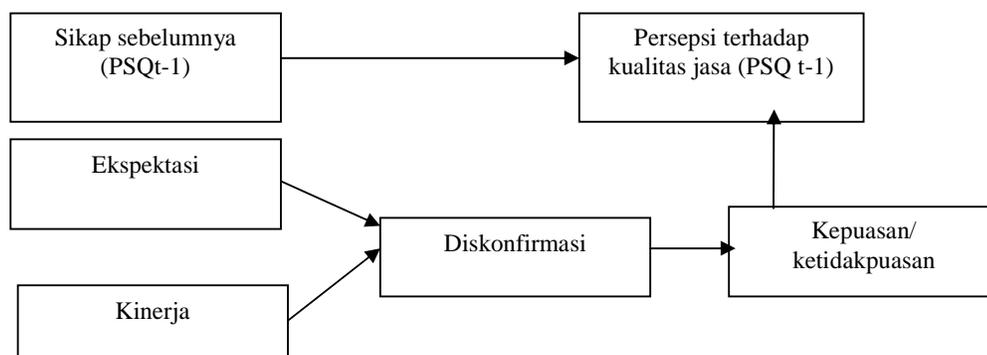
| Aspek perbedaan           | Dua Konstruk Berbeda  |                  |                  | Ada Overlap Diantara  | Konstruk Yang   |
|---------------------------|---|------------------|------------------|---|---|
|                           | (A)   | (B)              | (C)              | Keduanya  |   |
| Pemisahan Konstruk        |   |                  |                  |   |   |
| Transaksional atau Global | Bisa Dua-duanya (T dan G)   | CS = T<br>SQ = G | CS = G<br>SQ = T | Bisa dua-duanya (T dan G)   | Bisa dua-duanya (T dan G)   |
| Hubungan Kausal           | CS→SQ<br>Atau<br>SQ→CS  | CS→SQ            | SQ→CS            | Tidak perlu dianalisis  | Tidak perlu dianalisis  |
| Contoh                    | 1. S Afektif, SQ Kognitif.<br>2. S berdasarkan diskonfirmasi, SQ tidak. |                  |                  | 1.CS Kognitif dan Afektif, SQ Kognitif<br>2.CS dan SQ sama-sama berdasarkan diskonfirmasi,tetapi ekspektasi didefinisikan secara berbeda. | 1.CS dan SC sama-sama kognitif.<br>2.CS dan SC sama-sama berdasarkan diskonfirmasi, dan ekspektasi didefinisikan dengan cara yang sama.<br>3.CS dan SQ bisa pula sama-sama tidak didasarkan pada diskonfirmasi. |

**Keterangan :** CS = kepuasan pelanggan; SQ = kualitas jasa; T = transaksional; G = global. (Dalkohar,1993)

Riset empiris tidak selalu bisa membedakan kedua konstruk ini. Dalam studinya terhadap evaluasi layanan bank, Spreng & Singh (1993:59) tidak menemukan adanya validitas diskriminan antara kualitas jasa dan kepuasan pelanggan. Dalam risetnya terhadap salah satu pelanggan, Dabholkar (1995:57) menemukan bahwa kualitas jasa dan kepuasan pelanggan merupakan dua konstruk yang berbeda bagi pelanggan terbaru, namun maknanya saling tumpang tindih (overlap) bagi pelanggan lama (jangka panjang).

Disatu sisi, beberapa pakar meyakini bahwa kepuasan pelanggan menimbulkan kualitas jasa. Kepuasan pelanggan terhadap pengalaman jasa tertentu akan mengubah pada evaluasi atau sikap keseluruhan terhadap kualitas jasa sepanjang waktu (Bitner, 1990:47; Oliver, 1981:65; Parasuraman, 1988:82).

Patterson & Johnson (1993:93) menyusun model integrasi kepuasan dan kualitas jasa yang menempatkan kepuasan pelanggan sebagai antecedent kualitas jasa. Lihat gambar dibawah ini:

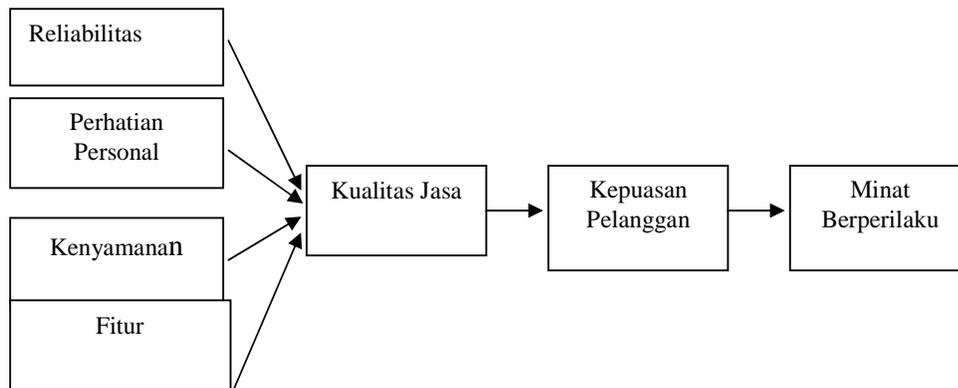


**Keterangan :** PSQ = *Perceived Service Quality*

(a) Pengaruh langsung variable kinerja terhadap kepuasan/ ketidakpuasan hanya berlaku pada pembelian barang tingkat keterlibatan tinggi. (Patterson & Johnson, 1993).

Disisi lain sekelompok pakar lainnya menegaskan sebaliknya (misalnya, Churchill & Surprenant, 1982; Woodside, 1989; Rust & Oliver, 1994). Oliver (1993:136), misalnya, adalah pakar pertama yang menyatakan bahwa kualitas jasa merupakan antecedent bagi kepuasan pelanggan, terlepas dari apakah kedua konstruk itu diukur pada pengalaman spesifik maupun sepanjang waktu. Riset yang dilakukan Dobholkar, (2000:74) menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai mediator dalam hubungan antara kualitas jasa dan minat berperilaku. Sementara itu, ada pula yang menyatakan bahwa kualitas jasa dan

kepuasan pelanggan ditentukan oleh atribut yang sama (Browsers, 1994:69; Spreng & Singh, 1993:95; Zeithaml, 2000:116). Lihat tabel dibawah ini:



**Keterangan :** Anteseden dan konsekuensi kualitas jasa dengan kepuasan pelanggan sebagai mediator.

## 5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Zeithaml dan Bitner (2003:87) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, antara lain:

1. Fitur produk dan jasa. Kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa secara signifikan dipengaruhi oleh evaluasi konsumen terhadap fitur produk atau jasa. Untuk jasa perbankan, fitur yang penting meliputi karyawan yang sangat membantu dan sopan, ruang transaksi yang nyaman, sarana pelayanan yang menyenangkan, dan sebagainya. Dalam melakukan studi kepuasan, banyak perusahaan menggunakan kelompok fokus untuk menentukan fitur dan atribut penting dari jasa dan kemudian mengukur persepsi konsumen terhadap fitur tersebut. Penelitian juga menunjukkan bahwa konsumen jasa akan membuat *trade-off* antara fitur jasa yang berbeda (misalnya, tingkat harga dengan kualitas,

atau dengan keramahan karyawan), tergantung pada tipe jasa yang dievaluasi dan tingkat kekritisannya jasa.

2. Emosi konsumen. Emosi juga dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk atau jasa. Emosi ini dapat stabil, seperti keadaan pikiran atau perasaan atau kepuasan hidup. Pikiran atau perasaan konsumen (*good mood* atau *bad mood*) dapat mempengaruhi respon konsumen terhadap jasa. Emosi spesifik juga dapat disebabkan oleh pengalaman konsumsi, yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap jasa. Emosi positif seperti perasaan bahagia, senang, gembira akan meningkatkan kepuasan konsumen. Sebaliknya, emosi negatif seperti kesedihan, duka, penyesalan dan kemarahan dapat menurunkan tingkat kepuasan.

3. Atribusi untuk keberhasilan atau kegagalan jasa. Atribusi – penyebab yang dirasakan dari suatu peristiwa – mempengaruhi persepsi dari kepuasan. Ketika konsumen dikejutkan dengan hasil (jasa lebih baik atau lebih buruk dari yang diharapkan), konsumen cenderung untuk melihat alasan, dan penilaian mereka terhadap alasan dapat mempengaruhi kepuasan. Misalnya, ketika nasabah gagal menarik uang dari ATM maka ia akan mencari alasan mengapa ATM tidak dapat berfungsi. Apabila tidak berfungsinya ATM disebabkan oleh matinya aliran listrik PLN maka hal ini tidak akan mempengaruhi kepuasannya terhadap bank tertentu.

4. Persepsi terhadap kewajaran dan keadilan (*equity and fairness*). Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap kewajaran dan keadilan. Konsumen bertanya pada diri mereka: Apakah saya diperlakukan secara baik dibandingkan dengan konsumen lain? Apakah konsumen lain mendapat

pelayanan yang lebih baik, harga yang lebih baik, atau kualitas jasa yang lebih baik? Apakah saya membayar dengan harga yang wajar untuk jasa yang saya beli? Dugaan mengenai *equity* dan *fairness* adalah penting bagi persepsi kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa.

5. Konsumen lain, keluarga, dan rekan kerja. Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh orang lain. Misalnya, kepuasan terhadap perjalanan liburan keluarga adalah fenomena yang dinamis, dipengaruhi oleh reaksi dan ekspresi oleh anggota keluarga selama liburan. Kemudian, apakah ekspresi kepuasan atau ketidakpuasan anggota keluarga terhadap perjalanan dipengaruhi oleh cerita yang diceritakan kembali diantara keluarga dan memori mengenai suatu peristiwa.

Menurut Garvin (dalam Kadir, 2001:137) faktor yang sering digunakan untuk mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk antara lain, meliputi:

- a. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.
- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yakni karakteristik sekunder atau pelengkap
- c. Keandalan (*reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kegagalan atau kerusakan dalam penggunaannya.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), yaitu sejauhmana karakteristik desain operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- e. Daya tahan (*durability*) yang berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.

- f. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, dan kemudahan penggunaan, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- g. Estetika, yakni daya tarik produk oleh panca indera.
- h. Kualitas yang dipersepsikan, yakni citra dan reputasi produk serta tanggungjawab perusahaan terhadapnya.

Untuk jasa yang tidak berwujud (*intangible*), konsumen umumnya menggunakan atribut (Parasuraman, dalam Zeithaml dan Bitner, 2003:93) seperti berikut:

- a. *Reliability*, yakni kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan secara handal dan akurat.
- b. *Responsiveness*, yaitu keinginan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen
- c. *Assurance*, yakni pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan
- d. *Empathy*, yakni perhatian, pelayanan pribadi yang diberikan kepada konsumen.
- e. *Tangibles*, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personalia, dan bahan tertulis.

Produk dengan kualitas yang prima apabila disampaikan kepada konsumen dengan cara yang tidak simpatik, dapat mengakibatkan ketidakpuasan konsumen. Agar layanan dapat memuaskan konsumen baik pribadi maupun kelompok (institusi) maka selain kualitas produk atau jasa yang dihasilkan, juga harus memenuhi 4 persyaratan pokok, yaitu :

1. Tingkah laku yang sopan dari semua pihak yang berhubungan langsung dengan konsumen termasuk keramahtamahan

2. Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan.
3. Ketepatan waktu penyampaian
4. Faktor pendukung lainya seperti peraturan yang menjadi landasan kerja pelayanan, sistem yang memungkinkan berjalannya mekanisme kegiatan pelayanan, keterampilan petugas, dan faktor sarana dalam pelaksanaan tugas pelayanan. (Emy, 2009:15).

Berry, Zeithaml dan Parasuraman (2007:126) mengidentifikasi 5 faktor dominan atau penentu mutu pelayanan jasa, yang pada akhirnya menjadi penentu tingkat kepuasan konsumen, yaitu:

1. *Reliability*, yaitu kemampuan karyawan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten.
2. *Responsiveness*, yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat dan bermakna serta kesediaan mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan konsumen, misalnya penyediaan sarana yang sesuai untuk menjamin terjadinya proses yang tepat.
3. *Assurance*, yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen, misalnya janji dalam promosi. Hal ini mencakup :
  - a. *Competence*, mengukur tingkat kepuasan konsumen atas ketrampilan dan keahlian yang dimiliki penyedia jasa.
  - b. *Courtesy*, mengukur kepuasan konsumen terhadap sikap sopan santun dan keramahan penyedia jasa.

c. *Credibility*, mengukur kepuasan konsumen terhadap kejujuran perusahaan, apakah perusahaan dapat dipercaya atau tidak.

d. *Security*, mengukur kepuasan konsumen terhadap rasa aman yang meliputi secara fisik, secara finansial, dan rahasia yang dapat dijamin perusahaan.

4. *Empathy*, yaitu kesediaan karyawan dan pengelola untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada langganan, misalnya karyawan atau pengelola harus mencoba menempatkan diri sebagai konsumen. Jika konsumen mengeluh maka harus dicari solusi untuk mencapai persetujuan yang harmonis dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus.

5. *Tangible*, yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi, misalnya gedung dan kebersihan yang baik serta penataan ruangan yang rapi.

Kaitannya dengan beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, Tjiptono (1996:159) mengatakan bahwa ketidakpuasan konsumen disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang relatif dapat dikendalikan perusahaan, misalnya karyawan yang kasar, jam karet, kesalahan pencatatan transaksi. Sebaliknya, faktor eksternal yang di luar kendali perusahaan, seperti cuaca, gangguan pada infrastruktur umum, aktivitas kriminal, dan masalah pribadi konsumen.

## 6. Atribut Kepuasan Konsumen

Atribut-atribut dari kepuasan konsumen secara universal menurut Dutka (1994:41) adalah:

1. *Attributes related to the product*, meliputi:

- (a) *Value-price relationship*, merupakan faktor sentral dalam menentukan kepuasan konsumen, apabila nilai yang diperoleh konsumen melebihi apa yang dibayar, maka suatu dasar penting dari kepuasan konsumen telah tercipta.
- (b) *Product quality*, merupakan penilaian dari mutu suatu produk.
- (c) *Product benefit*, merupakan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dalam menggunakan suatu produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dan kemudian dapat dijadikan dasar positioning yang membedakan perusahaan tersebut dengan perusahaan lainnya.
- (d) *Product features*, merupakan cirri-ciri tertentu yang dimiliki oleh suatu produk sehingga berbeda dengan produk yang ditawarkan pesaing.
- (e) *Product design*, merupakan proses untuk merancang gaya dan fungsi produk yang menarik dan bermanfaat.
- (f) *Product reliability and consistency*, merupakan keakuratan dan keterandalan produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu dan menunjukkan pengiriman produk pada suatu tingkat kinerja khusus.
- (g) *Range of product or service*, merupakan macam dari produk/jasa layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

2. *Attributes related to service* meliputi:

- (a) *Guarantee or warranty*, merupakan jaminan yang diberikan oleh suatu perusahaan terhadap produk yang dapat dikembalikan bila kinerja produk tersebut tidak memuaskan.
- (b) *Delivery*, merupakan kecepatan dan ketepatan dari proses pengiriman produk dan jasa yang diberikan perusahaan terhadap konsumennya.
- (c) *Complaint handling*, merupakan penanganan terhadap keluhan yang dilakukan oleh konsumen terhadap perusahaan.
- (d) *Resolution of problem*, merupakan kemampuan perusahaan dengan serius dan memecahkan masalah yang dihadapi oleh konsumen.

3. *Attributes related to purchase*, meliputi:

- (a) *Courtesy*, merupakan kesopanan, perhatian, pertimbangan, keramahan yang dilakukan karyawan dalam melayani konsumennya.
- (b) *Communication*, merupakan proses penyampaian informasi yang dilakukan oleh karyawan perusahaan kepada konsumennya.
- (c) *Ease or convenience acquisition*, merupakan kemudahan untuk mendapatkan pengetahuan tentang produk dari perusahaan.
- (d) *Company reputation*, adalah reputasi yang dimiliki perusahaan dapat mempengaruhi pandangan konsumen terhadap perusahaan tersebut yang akan mengurangi ketidakpastian dan resiko dalam keputusan pembelian.
- (e) *Company competence*, adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mewujudkan permintaan yang diajukan oleh konsumen dalam memberikan pelayanan.

## 7. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing. Kolter, (2004:54) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu: sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost costomer analysis*, dan survei kepuasan pelanggan.

### a) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan dilokasi-lokasi strategis (yang mudah dijangkau dan dilewati pelanggan), kartu komentar(yang bisa diisi langsung maupun yang dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, *websites*, dan lain-lain. Informasi-inmformasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga pada perusahaan, sehingga memungkinnnya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

### b) *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan cara memperkerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan sebagai pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk/jasa perusahaan. Berdasarkan pengalaman tersebut, merreka

kemudian diminta untuk melaporkan temuan-temuannya berkenaan dengan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing. Biasanya para *ghost shopper* diminta mengamati secara seksama dan menilai cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

c) *Lost Customer Analysis*

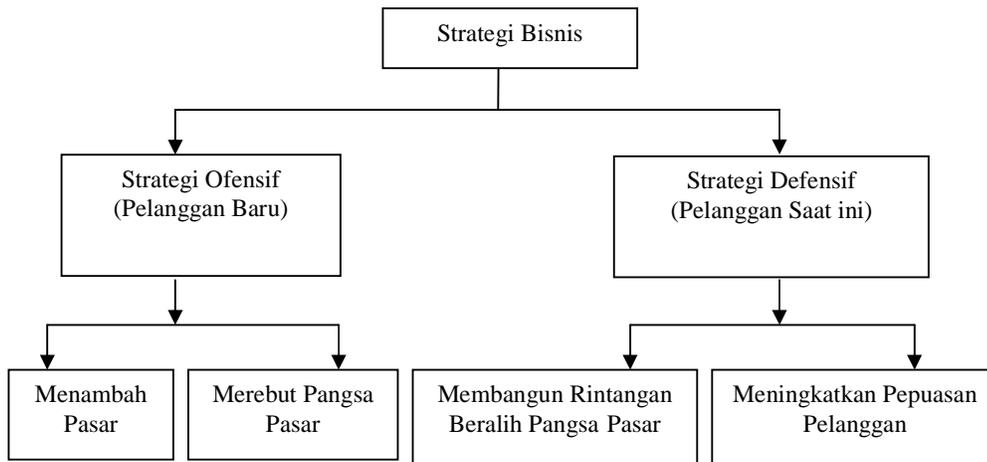
Sedapat mungkin perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja perlukan, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, dimana peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya. Hanya saja kesulitan penerapan metode ini adalah pada mengidentifikasi dan mengkontak mantan pelanggan yang bersedia memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

d) Survei Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei (McNeal & Lamb, dikutip dalam Peterson & Wilson, 1992:84), baik survei melalui pos, telepon, e-mail, website, maupun wawancara langsung. Melalui survei perusahaan akan mendapatkan tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

## 8. Strategi Kepuasan Konsumen

Pada umumnya setiap perusahaan menerapkan strategi bisnis kombinasi antara antara strategi ofensif dan defensif (Fornell, 1992:77). Strategi ofensif terutama ditujukan untuk meraih atau mendapatkan pelanggan baru. Melalui strategi ini, perusahaan berharap dapat meningkatkan pangsa pasar, penjualan, dan jumlah pelanggannya. Hingga saat ini perhatian perusahaan umumnya lebih banyak dicurahkan pada strategi ofensif dan mengabaikan strategi defensif, resiko terbesarnya adalah kelangsungan hidupnya dapat terancam setiap saat.



Sementara itu strategi defensif meliputi usaha mengurangi kemungkinan customer exit dan beralihnya pelanggan ke pemasar lain. Tujuan strategi defensif ini adalah untuk meminimisasi customer turnover atau memaksimalkan customer retention dengan melindungi produk dan pasarnya dari serangan para pesaing. Salah satu cara untuk mencapai tujuan ini adalah dengan meningkatkan kepuasan pelanggan saat ini.

Penelitian empiris membuktikan bahwa strategi pangsa pasar dan strategi kepuasan pelanggan berkaitan erat. Keduanya akan meningkatkan

profitabilitas perusahaan. Meskipun demikian, ada perbedaan diantara kedua strategi tersebut. Meraih dan meningkatkan pangsa pasar merupakan strategi ofensif, dimana kegagalan dan kesuksesannya dievaluasi terutama melalui dengan hubungannya dengan para pesaing. Sedangkan meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun rintangan beralih merupakan strategi defensif, yang kesuksesan dan kegagalannya dievaluasi melalui perubahan pada *customer retention*.

| ASPEK                      | STRATEGI PANGSA PASAR                     | STRATEGI KEPUASAN PELANGGAN                      |
|----------------------------|---|--|
| Khusus dipergunakan dalam: | Pasar dengan pertumbuhan tinggi           | Pasar dengan pertumbuhan rendah atau telah jenuh |
| Tipe strategi              | Ofensif                                   | Defensif   |
| Fokus utama                | Persaingan                                | Pelanggan  |
| Ukuran sukses              | Pangsa pasar relatif dibandingkan pesaing | Tingkat reensi pelanggan                         |
| Tujuan <i>Behavioral</i>   | Pengalihan pembeli                        | Loyalitas konsumen                               |

### C. Hubungan Antara Profesionalitas *Guide* Dengan Kepuasan Konsumen

Hoffman & Bateson (1997:75) mengatakan bahwa banyak akademisi dan peneliti yang sepakat bahwa kepuasan pelanggan merupakan ukuran spesifik untuk setiap transaksi, situasi atau interaksi (*encounter*) yang bersifat jangka pendek, sedangkan kualitas jasa merupakan sikap yang dibentuk dari evaluasi keseluruhan terhadap kinerja perusahaan dalam jangka panjang (Parasuraman, 1985:92).

Sebuah perusahaan tidak akan dikatakan maju atau sukses kalau tidak ada pengakuan dari konsumen, semakin banyak konsumen yang menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut, maka perusahaan akan dikatakan sukses.

Mungkin tujuan semua perusahaan adalah ingin membuat semua konsumennya merasa puas dengan produk atau jasanya.

Menurut Schnaars (1991:48), pada dasarnya tujuan sebuah bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas. Sejalan dengan itu, berbagai upaya dilakukan untuk menyusun langkah teoritikal guna menjelaskan determinan, proses pembentukan, dan konsekuensi kepuasan pelanggan (Yi, 1990:75). Tetapi tidak semudah yang kita bayangkan untuk mempertahankan konsumen supaya tetap merasa puas dengan produk atau jasanya, dan tentunya semua perusahaan mempunyai cara tersendiri untuk membuat konsumennya merasa puas dengan produk atau jasanya, bahkan memikirkan bagaimana caranya menarik konsumen baru untuk menggunakan produk atau jasanya.

Seperti yang dilakukan salah satu perusahaan, kita sebut saja PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata, yang telah menyediakan *Guide* atau pemandu wisata dengan tujuan untuk menciptakan rasa kepuasan pengunjung wisata atau konsumen.

Yoeti (1986:80) menyatakan, bahwa dalam melakukan tugasnya seorang pramuwisata atau *Guide* harus menguasai hal-hal yang berkaitan dengan obyek dan daya tarik wisata yang sedang ditawarkan kepada wisatawan. Apabila seorang pramuwisata atau *Guide* telah menguasai dan mampu menyampaikan informasi yang berkenaan dengan obyek dan daya tarik wisata maka wisatawan akan mendapat kepuasan.

Menurut urain diatas, sudah jelas bahwa, tujuan utama dari seorang *Guide* atau pemandu wisata, adalah untuk menciptakan kepuasan pada pengunjung

wisata atau konsumen. Adapun seorang *Guide* haruslah memiliki syarat-syarat menjadi seorang *Guide*, seperti memiliki informasi yang dibutuhkan saat di lapangan, menguasai bahasa dengan baik, terampil dalam bergaul dan mengetahui seluk beluk operasional.

*Guide* seakan-akan dituntut sebisa mungkin untuk memberi kesan yang baik kepada konsumen, dengan kata lain harus memberi kepuasan terhadap konsumen atau pengunjung wisata tersebut. Seorang *Guide* atau pemandu wisata di Kusuma Agrowisata, dituntut untuk melayani sebaik mungkin terhadap wisatawan yang telah berkunjung, dan tidak membedakan pengunjung, haruslah semua pengunjung dianggap sebagai raja, meski kenyataannya pengunjung hanyalah orang biasa, tujuan ini semata-mata hanyalah untuk membuat setiap pengunjung merasakan kepuasan dan akan kembali berwisata di Kusuma Agrowisata lagi. Sebagaimana firman Allah dalam surat An-Nisa' ayat 58. (Depag, 1992: 128):

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ  
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا

بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

*Artinya: "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah maha mendengar lagi maha melihat". ( Q.S. An-Nisa / 4: 58 ).*

Ayat di atas mnejelaskan bahwa manusia diperintahkan agar menyampaikan amanat yang diterimanya. Amanat yang diterima individu merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan sesuai dengan isi amanat tersebut. Kemudia manusia juga diperintahkan untuk selalu berlaku adil, tidak membeda-bedakan antara individu yang satu dengan yang lainnya.

Salah satu proses yang harus diperhatikan oleh seorang *Guide* atau pemandu wisata adalah berkomunikasi dengan baik. Psikologi menyebutkan bahwa komunikasi adalah penyampaian energi dari alat-alat indera ke otak. Peristiwa penerimaan dan pengolahan informasi merupakan proses saling mempengaruhi diantara berbagai sistem dalam diri organisme dan di antara organisme. Psikologi tidak hanya mengulas komunikasi secara biologis saja, Psikologi mencoba menganalisa seluruh komponen yang terlibat dalam proses komunikasi. Psikologi juga menganalisa krakteristik diri komunikan (orang yang berkomunikasi) serta faktor-faktor yang internal maupun eksternal yang mempengaruhi perilaku komunikasinya. Sebagaimana Hadist yang diriwayatkan Muttafaq 'alaih.

مَنْ عَرَفَ لُغَةَ قَوْمٍ سَلِمَ مِنْ مَكْرِهِمْ (رواه متفق عليه)

*Artinya: Barang siapa yang mengetahui bahasa suatu kaum, maka selamatlah dia dari tipudaya mereka (HR: Muttafaq 'alaih) (Shabir, 2004: 276)*

Seorang pemandu wisata, harus pandai-pandai melihat dengan siapa dia berkomunikasi, harus bisa menyesuaikan dan menarik simpatik pengunjung wisata (konsumen), tentunya harus bisa menahan kondisi psikologisnya, seperti bagaimana caranya menghadapi orang yang sedang marah, sedih, atau bahkan

dalam keadaan gembira sekalipun. Dengan demikian proses tersebut sangat mendukung untuk menciptakan kepuasan wisatawan (konsumen).

Berlandaskan teori-teori di atas, dapat disimpulkan bahwa jika seorang *Guide* memiliki syarat-syarat yang dibutuhkan seperti memiliki informasi yang dibutuhkan saat di lapangan, menguasai bahasa dengan baik, terampil dalam bergaul dan mengetahui seluk beluk operasional maka kepuasan konsumen akan tercapai dengan timbulnya perasaan senang, semangat, kenyamanan, cenderung ingin kembali ke obyek wisata dan loyal pada pihak konsumen.

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah hipotesis dua arah, yaitu hipotesis yang berisi pernyataan mengenai adanya hubungan antara variable X dan variable Y (Azwar, 2004:51). Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha: “Ada hubungan antara profesionalitas *Guide* dengan kepuasan konsumen pada PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata, dimana semakin tinggi profesionalitas *Guide* maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen, dan sebaliknya semakin rendah profesionalitas *Guide* maka semakin rendah pula kepuasan konsumen.

## BAB III

# METODE PENELITIAN

## A. Jenis Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu ingin mengetahui hubungan profesionalitas *Guide* dengan kepuasan konsumen, maka dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan penelitian kuantitatif korelasional. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan ada tidaknya atau besar kecilnya hubungan profesionalitas *Guide* dengan kepuasan konsumen (Arikunto, 1998: 251).

Penelitian korelasi bertujuan untuk menentukan ada tidaknya hubungan dan seberapa jauh suatu hubungan ada antara dua variabel (yang dapat diukur). Tujuan penelitian korelasi adalah untuk menetapkan suatu hubungan atau menggunakan hubungan-hubungan dalam membuat prediksi (Sumanto, 1990: 6).

## B. Identifikasi Variabel

Variabel adalah gejala yang bervariasi, yang menjadi obyek penelitian (Arikunto, 1998:111). Dalam penelitian yang mempelajari hubungan, terdapat variabel bebas (variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain) yang biasa ditandai dengan simbol (X) dan variabel terikat (variabel penelitian yang diukur untuk mempengaruhi besarnya efek atau pengaruh variabel lainnya) biasa ditandai dengan simbol (Y) (Azwar, 2002:62). Adapun variabel-variabel yang hendak diteliti adalah :

Variabel bebas (X) : Profesionalitas *Guide*

Variabel terikat (Y) : Kepuasan Konsumen

## C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (Suryabrata, 2003;29). Penentuan definisi operasional ini adalah untuk membuat suatu variabel memiliki arti tunggal dan dapat diterima secara obyektif oleh semua orang.

Definisi operasional pada penelitian ini adalah:

### 1. Profesionalitas *Guide*

Profesionalitas *Guide* adalah keahlian dan mutu kerja seorang yang bertugas memberikan bimbingan, penerangan, dan petunjuk tentang obyek wisata serta membantu segala sesuatu yang diperlukan wisatawan di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata.

Persepsi konsumen terhadap profesionalitas *guide* adalah suatu proses pengamatan internal sadar individu terhadap keahlian dan mutu kerja *guide* yang diterima panca indera melalui proses kognisi secara terus menerus dan dipengaruhi oleh informasi baru dari lingkungannya untuk menerima, memilih, mengorganisasi, memberi arti terhadap rangsang yang diterima kemudian diinterpretasikan sehingga individu mempunyai pengertian dan pemahaman tentang profesionalitas *guide*.

Indikator profesionalitas *Guide* adalah:

- a. Informasi, yaitu profesional dalam:
  - Memahami lingkungan, artinya seorang *Guide* harus mampu membaca dan memahami kondisi dan seluk beluk lingkungan sekitar.
  - Sering membaca buku, artinya seorang *Guide* harus sering membaca buku agar wawasan keilmuannya bertambah luas.
  - Memiliki wawasan yang luas, artinya seorang *Guide* harus memiliki wawasan pengetahuan yang cukup luas berkenaan dengan pekerjaannya sehingga mampu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.
- b. Penguasaan bahasa, yaitu meliputi:
  - Mampu berbicara dengan baik, artinya seorang *Guide* harus memiliki kemampuan berbicara dan berbahasa yang baik sehingga dalam berkomunikasi dengan konsumen sangat baik.
  - Mampu memahami bahasa orang lain dengan baik, artinya seorang *Guide* harus mampu memahami maksud pembicaraan konsumen sehingga terjadi kefahaman yang memuaskan antara *Guide* dengan konsumen.
- c. Keterampilan bergaul, yaitu:
  - Mampu menyesuaikan diri dengan baik, artinya seorang *Guide* harus mampu menyesuaikan diri dengan konsumen secara baik sehingga akan terjadi keharmonisan dalam berinteraksi sosial.
  - Mampu menjadi teman baik orang lain, artinya seorang *Guide* harus mampu menjadi pembimbing sekaligus teman yang baik bagi konsumen.

- Disukai orang lain, artinya seorang *Guide* harus mampu menjadikan dirinya disukai dan disenangi oleh konsumen.
  - Mampu bersosialisasi dengan baik, artinya seorang *Guide* harus mampu bergaul dengan konsumen secara baik.
- d. Mengetahui seluk beluk operasional, yang meliputi:
- Memahami tugas yang diterima dengan baik, artinya seorang *Guide* harus mampu memahami tugas dan pekerjaannya dengan baik.
  - Bertanggung jawab, artinya seorang *Guide* harus mampu bertanggung jawab terhadap konsumen dan atasannya.

## 2. Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen adalah suatu perasaan atau penilaian emosional dari konsumen atas jasa dimana harapan dan kebutuhan mereka terpenuhi selama berwisata di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata. Adapun indikator kepuasan konsumen adalah:

- a. Merasa senang, yaitu meliputi:
- Merasa senang berada di tempat wisata, artinya konsumen merasa betah dan senang berada di kawasan wisata PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata.
  - Sering tersenyum/tidak cemberut, artinya selama berwisata di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata, konsumen selalu tersenyum, menampakkan kegembiraannya

b. Semangat, yang meliputi:

- Semangat dalam beraktifitas, artinya konsumen selalu bersemangat selama melakukan wisata di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata.
- Merasa segar tidak loyo, artinya konsumen selama berwisata di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata tidak merasa capek atau lelah karena merasa senang.

c. Merasa nyaman, yaitu:

- Merasa tenteram, artinya konsumen merasa damai dan tenteram selama berwisata di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata.
- Betah berlama-lama di tempat wisata, artinya konsumen merasa betah berada di kawasan wisata PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata.

d. Kecenderungan ingin kembali, yaitu meliputi:

- Selalu ingin kembali, artinya konsumen selalu berkeinginan kembali berwisata di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata.
- Sering teringat tempat wisata, artinya konsumen selalu teringat terhadap tempat wisata PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata.
- Merasa rindu, artinya konsumen merasa rindu dan kangen terhadap tempat wisata PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata.

e. Loyal, yaitu meliputi:

- Tidak memikirkan biaya, artinya konsumen tidak memperhitungkan biaya yang dikeluarkan selama berwisata di artinya konsumen merasa rindu dan kangen terhadap tempat wisata PT. Kusuma Satria Dinasari Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata.
- Membeli apa yang diinginkan, artinya selama berwisata di artinya konsumen merasa rindu dan kangen terhadap tempat wisata PT. Kusuma Satria Dinasari Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata, konsumen selalu membeli apa yang ia inginkan.

## **D. Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi menurut Arikunto (1998: 115) adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi adalah seluruh subyek yang diselidiki dan dibatasi sebagai jumlah atau individu yang paling sedikit mempunyai satu sifat yang sama (Hadi, 1997;220). Apabila subyeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi (Arikunto, 2002:112).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PT. Kusuma Satria Dinasari Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata yang rata-rata setiap hari terdapat sekitar 50 pengunjung, yang berarti dalam satu bulan terdapat sekitar 1.500 pengunjung. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 1500 responden.

## 2. Sampel

Sampel menurut Arikunto (1998: 11) adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Apabila subyek penelitian kurang dari 100, lebih baik diambil semua, tetapi jika subyeknya besar atau lebih dari 100 maka dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih (Arikunto, 1998:112). Secara umum semakin besar sampel maka semakin representatif.

Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 10% dari populasi yang ada (1500) yaitu sekitar 150 responden ( $1500 \times 10 : 100 = 150$ ).

## 3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan kelompok subjek berdasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Azwar, 2004:46).

Dalam teknik ini peneliti menghubungi subyek yang memenuhi persyaratan ciri-ciri populasi, antara lain:

- a. Sedang atau pernah berwisata ke PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata, karena hanya pengunjung yang dapat merasakan secara langsung pelayanan dari para *Guide* dan merasakan kepuasan atau ketidak puasan berwisata di tempat tersebut.

- b. Berusia sekitar 17 hingga 60 tahun. Penentuan batasan usia ini berdasarkan pertimbangan bahwa pada usia tersebut seseorang telah mampu mengambil keputusan dan mengungkapkan apa yang ia rasakan secara objektif.
- c. Tingkat pendidikan minimal SLTA. Hal ini dengan pertimbangan bahwa pengunjung yang berwisata ke PT. Kusuma Agrowisata berasal dari berbagai kalangan dan latar belakang pendidikan. Pendidikan akhir setingkat SMP sudah mampu mengerti dan memahami pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam angket.

## **E. Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah tidak lain dari suatu proses pengadaan data primer dengan prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan secara akurat dan valid (Nazir, 1999:211).

Dalam mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan beberapa metode, antara lain:

### **1. Metode Skala**

Skala adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto, 1998:124).

Metode skala disusun dengan meniadakan jawaban ragu-ragu dengan pertimbangan agar subyek tidak memilih jawaban yang cenderung mengumpul ditengah.

Metode skala ini menggunakan skala Likert yaitu sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto, 1998:125).

Pertimbangan yang mendorong penggunaan metode skala ini sebagai instrumen penelitian ini adalah (Azwar, 2005:47):

1. Subyek adalah orang yang paling tahu tentang dirinya
2. Pernyataan subyek adalah benar dan dapat dipercaya
3. Interpretasi subyek tentang pertanyaan yang diajukan kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksud peneliti.

Di samping itu, metode skala memiliki beberapa kelebihan, di antaranya:

1. Biaya relatif murah dan waktu relatif singkat
2. Untuk para pelaku tidak dibutuhkan keahlian lapangan
3. Dapat dilakukan sekaligus terhadap subyek yang besar jumlahnya

Metode angket ini digunakan untuk mengetahui profesionalitas *Guide* dan kepuasan konsumen di tempat wisata PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata.

## 2. Metode Dokumentasi

Tidak kalah penting dari metode-metode lain adalah metode dokumentasi, yaitu merupakan alat pengumpulan data dengan mencatat secara langsung data atau dokumen responden untuk memperoleh data yang akurat. Metode ini

adalah untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda, dan sebagainya (Arikunto, 1998:127).

Dokumentasi dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan laporan-laporan tertulis yang dikeluarkan oleh instansi atau lembaga terkait, juga dilakukan dengan membaca atau mempelajari buku-buku, makalah-makalah, serta laporan-laporan penelitian yang masih berkaitan.

Dokumentasi digunakan untuk mengetahui jumlah konsumen yang berkunjung ke tempat wisata PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata.

### 3. Metode Observasi

Observasi adalah suatu pengamatan yang bertujuan untuk mendapatkan data tentang suatu masalah, sehingga diperoleh pemahaman/sebagai alat *re-checking*/ pembuktian terhadap informasi/keterangan yang diperoleh sebelumnya (Rahayu, 2004:79)

Teknik observasi yang digunakan adalah observasi nonpartisipan, dimana pengamat berada di luar subjek yang diteliti dan tidak ikut dalam kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan.

Observasi dilakukan peneliti untuk mengetahui bentuk-bentuk kerja *Guide* dalam menghadapi konsumen.

#### 4. Metode Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan jalan tanya-jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penyelidikan (Hadi, 1986:193). Adapun wawancara yang dipakai dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur yaitu wawancara yang dilakukan dengan cara menggunakan pedoman wawancara yang dibuat berupa daftar pertanyaan, tetapi tidak berupa kalimat-kalimat yang permanen (mengikat) (Rahayu, 2004:79).

Metode ini digunakan hanya untuk memperkuat data yang diperoleh peneliti dan digunakan untuk mengungkap usia, tingkat pendidikan dan banyaknya kunjungan responden ke tempat wisata PT. Kusuma Satria Dinasari Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata.

#### **F. Instrumen Penelitian**

Menurut Arikunto (dalam Hasan, 2002:76), instrument penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga mudah diolah. Dalam penelitian ini instrument yang digunakan adalah:

##### 1. Skala

Dalam pembuatan skala ini peneliti menggunakan jenis pertanyaan berstruktur yaitu pertanyaan yang dibuat sedemikian rupa sehingga responden dibatasi dalam memberikan jawaban kepada beberapa alternatif. Adapun jawaban alternatif untuk angket kepuasan konsumen antara lain: “Sangat Setuju”,

“Setuju”, “Tidak Setuju”, Sangat Tidak Setuju”, sedangkan untuk alternatif jawaban untuk angket profesionalitas *Guide* antara lain: “Sangat Sering”, “Sering”, “Kadang-Kadang”, “Tidak Pernah”. Pertanyaan berstruktur digunakan untuk mengetahui fakta atau opini yang cukup jelas dan subyek tidak perlu menjawab pertanyaan yang panjang lebar.

Skala ini memberikan skor pada bentuk pernyataan angket profesionalitas *Guide* dan kepuasan konsumen dengan penilaian untuk pernyataan *favourable* bergerak dari angka 4 sampai 1 dan untuk pernyataan *unfavourable* bergerak dari angka 1 sampai 4.

Untuk lebih jelasnya, penjabaran variabel akan dijabarkan pada tabel dibawah ini :

**Tabel 3.1**

**Blue Print Profesionalitas *Guide***

| Komponen          | Indikator                                 | Deskriptor   | Fav | Unfav | Jml | Bobot |
|-------------------|---|--|-----|-------|-----|-------|
| Informasi         | - Memahami lingkungan                     | Tingkat pemahaman <i>Guide</i> terhadap lingkungan sekitar | 1,2 | 19,20 | 8   | 10%   |
|                   | - Wawasan luas                            | Tingkat wawasan <i>Guide</i> terhadap pekerjaannya         | 3,4 | 21,22 |     | 10%   |
| Penguasaan Bahasa | - Mampu berbicara dengan baik             | Tingkat kemampuan <i>Guide</i> berbicara dengan konsumen   | 5,6 | 23,24 | 8   | 10%   |
|                   | - Mampu memahami bahasa orang lain dengan | Kemampuan <i>Guide</i> dalam memahami                      | 7,8 | 25,26 |     | 10%   |

|                                    |                                 |  |           |           |           |             |
|------------------------------------|---------------------------------|--|-----------|-----------|-----------|-------------|
|                                    | tepat                           | bahasa dan pembicaraan konsumen  |           |           |           |             |
| Keterampilan Bergaul               | - Mampu menyesuaikan diri       | Kemampuan <i>Guide</i> menyesuaikan diri dengan konsumen                       | 9,10      | 27,28     | 12        | 10%         |
|                                    | - Mampu menjadi teman yang baik | Kemampuan <i>Guide</i> dalam berteman dengan konsumen                          | 11,12     | 29,30     |           | 10%         |
|                                    | - Disukai orang lain            | Kemampuan <i>Guide</i> menjadi orang yang disukai konsumen                     | 13,14     | 31,32     |           | 10%         |
| Mengetahui Seluk Beluk Operasional | - Memahami tugas yang diterima  | Kemampuan <i>Guide</i> dalam memahami tugas dalam pekerjaannya                 | 15,16     | 33,34     | 8         | 15%         |
|                                    | - Bertanggung jawab             | Kemampuan <i>Guide</i> dalam bertanggung jawab terhadap konsumen dan atasannya | 17,18     | 35,36     |           | 15%         |
| <b>Total</b>                       |                                 |  | <b>18</b> | <b>18</b> | <b>36</b> | <b>100%</b> |

Nilai skor pada setiap respon skala ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**

**Skoring Kuesioner Profesionalitas *Guide***

| Favorable |                    | Unfavorable |                    |
|-----------|--------------------|-------------|--------------------|
| Nilai     | Untuk Jawaban      | Nilai       | Untuk Jawaban      |
| 4         | SS (Sangat Sering) | 4           | TP (Tidak Pernah)  |
| 3         | S (Sering)         | 3           | KK (Kadang-Kadang) |

|   |                    |   |                    |
|---|--------------------|---|--------------------|
| 2 | KK (Kadang-Kadang) | 2 | S (Sering)         |
| 1 | TP (Tidak Pernah)  | 1 | SS (Sangat Sering) |

**Tabel 3.3**

**Blue Print Kepuasan konsumen**

| <b>Komponen</b> | <b>Indikator</b>                 | <b>Deskriptor</b>                             | <b>Fav</b> | <b>Unfav</b> | <b>Total</b> | <b>Bobot</b> |
|-----------------|----------------------------------|---|------------|--------------|--------------|--------------|
| Senang          | - Merasa senang berada di tempat | Konsumen merasa senang dengan tempat wisata   | 1,2        | 19,20        | 8            | 15%          |
|                 | - Selalu tersenyum               | Konsumen selalu tersenyum selama berwisata    | 3,4        | 21,22        |              | 10%          |
| Semangat        | - Semangat beraktifitas          | Konsumen selalu bersemangat selama berwisata  | 5,6        | 23,24        | 8            | 10%          |
|                 | - Merasa Segar                   | Konsumen tidak merasa capek selama berwisata  | 7,8        | 25,26        |              | 10%          |
| Nyaman          | - Merasa tenteram                | Konsumen merasa damai berada di daerah wisata | 9,10       | 27,28        | 8            | 10%          |
|                 | - Betah berlama-lama             | Konsumen kerasan berada di                    | 11,12      | 29,30        |              | 15%          |

|                             |                          | daerah wisata                                 |           |           |           |             |
|-----------------------------|--------------------------|---|-----------|-----------|-----------|-------------|
| Kecenderungan ingin kembali | - Selalu ingin kembali   | Konsumen selalu ingin berwisata kembali       | 13,14     | 31,32     |           | 10%         |
|                             | - Teringat               | Konsumen sering teringat tempat wisata        | 15,16     | 33,34     | 8         | 10%         |
| Kecenderungan loyal         | - Tidak memikirkan biaya | Biaya tidak menjadi persoalan dalam berwisata | 17,18     | 35,36     | 4         | 10%         |
| <b>Total</b>                |                          |   | <b>18</b> | <b>18</b> | <b>36</b> | <b>100%</b> |

Nilai skor pada setiap respon skala ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.4**

**Skoring Kuesioner Kepuasan konsumen**

| <b>Favorable</b> |                           | <b>Unfavorable</b> |                           |
|------------------|---------------------------|--------------------|---------------------------|
| Nilai            | Untuk Jawaban             | Nilai              | Untuk Jawaban             |
| 4                | SS (Sangat Setuju)        | 4                  | STS (Sangat Tidak Setuju) |
| 3                | S (Setuju)                | 3                  | TS (Tidak Setuju)         |
| 2                | TS (Tidak Setuju)         | 2                  | S (Setuju)                |
| 1                | STS (Sangat Tidak Setuju) | 1                  | SS (Sangat Setuju)        |

**G. Uji Validitas Dan Reliabilitas**

**1. Validitas**

Validitas dalam sebuah alat ukur adalah untuk mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrument pengukur dalam melakukan fungsi

ukurannya. Suatu alat tes dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila validitas tersebut menjalankan fungsi ukurnya dan memberikan hasil yang tepat dan akurat (Azwar, 2002:173).

Validitas adalah derajat ketepatan suatu alat ukur tentang pokok isi atau arti sebenarnya yang diukur (Sevilla, 1993:175). Untuk mengetahui validitas angket digunakan teknik korelasi product moment person. Peneliti menggunakan teknik ini sebab data yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk data interval.

#### Rumus Product Moment Person

Keterangan :

N = jumlah responden

x = nilai item

y = nilai total angket

$r_{xy}$  = korelasi product moment

Untuk mengetahui kelebihan bobot (over estimate) maka angka korelasi tersebut kemudian dikorelasikan dengan teknik korelasi Part Whole, dengan rumus :

#### Rumus Korelasi Part Whole

$$r_{pq} = \frac{(r_{xy})(SB_x - SB_y)}{\sqrt{\{(SB_x)^2 + (SB_y)^2\} - \{2(r_{xy})(SB_x)(SB_y)\}}}$$

Keterangan :

$r_{pq}$  = koefisien korelasi bagian total

$r_{xy}$  = koefisien validitas Product Moment

$SB_x$  = simpang baku skor butir

$SB_y$  = simpang baku skor total

Apabila hasil dari korelasi item dengan total item satu faktor didapatkan probabilitas ( $P$ ) < 0,050, maka dikatakan signifikan dan butir – butir tersebut dianggap sah atau valid untuk taraf signifikansi 5%, sebaliknya jika didapatkan probabilitas ( $P$ ) > 0,050, maka disebut tidak signifikan dan butir-butir dalam angket tersebut dinyatakan tidak sah atau tidak valid.

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas untuk suatu prosedur adalah penting sebelum validitas dipertimbangkan, dan perangkat reliabilitas sebenarnya menetapkan validitas maksimum dari suatu instrumen (Sevilla, 1993:175).

Reliabilitas adalah derajat ketepatan dan ketelitian atau akurasi yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran (Sevilla, 1993:175). Dalam aplikasinya, reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas ( $r_{xx'}$ ) yang angkanya berada dalam rentang dari 0 sampai dengan 1,00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00 maka semakin tinggi reliabilitas. Sebaliknya koefisien yang semakin rendah mendekati angka 0 berarti semakin rendah reliabilitasnya (Azwar, 2005).

Untuk mengetahui reliabilitas alat ukur dalam penelitian ini menggunakan rumus teknik alpha dari Cronbach.

Rumus Alpha

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum SD^2 b}{SD^2 t} \right)$$

Keterangan :

$\alpha$  : korelasi keandalan Alpha

k : jumlah kasus

$\sum SD^2b$  : jumlah variasi bagian

$SD^2t$  : jumlah variasi total

## H. Metode Analisa Data

Penentuan metode statistik yang digunakan sangat dipengaruhi oleh tujuan penelitian dan jenis data. Seperti yang telah dikemukakan di depan, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan profesionalitas *Guide* dengan kepuasan konsumen, oleh karena itu teknik yang digunakan untuk menganalisis data adalah teknik internal validity yaitu mengkorelasikan skor item dengan skor total sedangkan rumus yang digunakan adalah product moment dari Pearson. Keseluruhan komputasi data dilakukan melalui fasilitas komputer program SPSS versi 15.00 for windows.

Untuk mengetahui tingkat profesionalitas *Guide* dan kepuasan konsumen, terlebih dahulu harus mencari Mean dan Standart Deviasi dengan rumus sebagai berikut:

- a. Mencari Mean, rata-rata dari nilai keseluruhan. Mean adalah jumlah seluruh angka dibagi banyaknya angka yang dijumlahkan.

$$M = \frac{\sum fx}{N}$$

- b. Mencari Standar Deviasi.

$$S = \sqrt{\frac{\sum f(X - M)^2}{N - 1}}$$

Metode yang digunakan untuk menentukan jarak pada masing-masing tingkat profesionalitas *Guide* dan kepuasan konsumen yaitu dengan metode penilaian skor standar, dengan mengubah skor kasar kedalam bentuk penyimpangannya dari mean dalam satuan deviasi standar dengan rumus:

$$\text{Tinggi} = X \geq M + 1 \text{ SD}$$

$$\text{Sedang} = M - 1 \text{ SD} < X < M + 1 \text{ SD}$$

$$\text{Rendah} = X \leq M - 1 \text{ SD}$$

Untuk mengetahui korelasi antara dua variabel, maka digunakan rumus korelasi *product momen Pearsons*. Penggunaan rumus ini karena penelitian ini mengandung dua variabel dan fungsinya untuk mencari hubungan diantara keduanya. Adapun rumusnya sebagai berikut :

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

Keterangan :

N = jumlah responden

x = variabel yang diperoleh tentang kecerdasan emosional

y = variabel yang berisi tentang penyesuaian diri

$r_{xy}$  = korelasi *product moment*

Keseluruhan analisa data dalam penelitian ini menggunakan komputasi data melalui fasilitas komputer program SPSS versi 15.00 for windows.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

## **Orientasi Penelitian**

### **1. Deskripsi Lokasi Penelitian**

Kusuma Agrowisata berlokasi di daerah Batu, Malang – JAWA TIMUR. Kota Batu yang terletak sekitar 19 Km dari kota Malang dan berada pada ketinggian antara 680 – 1700 m di atas permukaan laut sudah terkenal sejak jaman dahulu sebagai kota tujuan wisata. Disamping hawanya yang sejuk, juga pemandangan alamnya yang indah karena kota Batu dipagari Gunung Panderman (2040 m), Gunung Arjuno (3339 m), Gunung Welirang (2156 m), Gunung Anjasmoro (2277 m), dan Gunung Kawi (2651). Karena letaknya didaerah pegunungan tersebut, Batu sangat cocok untuk pertanian jenis hortikultura (sayuran, bunga dan buah). Hal yang paling menonjol untuk buahnya adalah apel. Hamparan kebun apel dapat kita lihat didaerah Batu sampai dengan ketinggian 1500 m dr permukaan laut. Tanaman apel butuh daerah tinggi/dingin tetapi kering dengan kelembaban udara rata-rata berkisar antara 60 – 70 %.

Dari kebun apel seluas 4 hektar pada tahun 1989 seorang Edy Antoro begitu keluar dari PT. Perkebunan XXVI (sekarang PT PN XII) mengawali usahanya di bidang Agrowisata. Waktu itu tidak terpikirkan akan membuka usaha semacam itu. Yang terpikirkan hanyalah bagaimana menanam apel supaya hasilnya bagus. Berdasarkan pengalaman di perkebunan kopi PT Perkebunan XXVI di daerah Ijen, Bondowoso sebagai seorang sinder, dia sangat menguasai

hal-hal yang berkaitan dengan masalah budidaya tanaman, meskipun jenis tanamannya berbeda. Hasilnya, panen buah apel pertama luar biasa. Tapi waktu itu harga apel dipasaran lokal di Batu rendah karena kebetulan panen raya.

Oleh karenanya dengan kendaraan bak terbuka, berkeranjang-keranjang apel dia bawa sendiri ke Surabaya dengan harapan harga yang diperoleh jauh lebih baik. Apel tersebut dia tawarkan ke kios-kios mewah pedagang apel dan juga pengepul yang ada di Surabaya. Tapi apa yang dia dapat? Apel itu di tawar/dihargai lebih rendah daripada harga apel di tingkat pengepul di Batu! Padahal buah apel hasil panen tersebut jauh lebih baik mutunya dari rata-rata apel yang diujakan oleh pedagang di Batu sendiri. Pedagang di Surabaya tersebut nampaknya lebih suka menjual buah-buahan import, termasuk apel. Akhirnya apel-apel tersebut daripada dibawa pulang ke Batu lagi, Edy minta dihargai sesuai dengan harga ditingkat grosir di Surabaya, walaupun sebenarnya dia juga rugi di ongkos transport. Akhirnya pedagang tersebut mau asalkan disortir terlebih dahulu. Setelah disortir oleh pedagangnya, apel yang tadinya 6 kwintal, hanya tinggal 25 kilogram yang dianggap “memenuhi syarat/grade” yang dikehendaki pedagang ! Kecewa dengan ulah pedagang seperti itu akhirnya dia ada ide untuk menjual apel langsung petik dikebun. Waktu itu dia hanya mengenakan biaya Rp. 2500 per orang dan dapat memetik sendiri dan makan sepuasnya. Bila pengunjung ingin membawa pulang, apel-apel yang telah dipetik itu harus ditimbang dan dibayar Rp. 2500 per kilogram. Dengan harga itu menurut keterangan Edy Antoro dia sudah mengantongi keuntungan paling tidak Rp. 600 per kilo karena harga apel dipasaran Rp. 1900 per kilo. Sementara pengunjung

yang membayar Rp. 2500 per orang dan makan sepuasnya itu paling banyak hanya dapat menghabiskan 5 buah apel dan itu setara dengan 1 kilogram, demikian kata Edy Antoro. Perjalanan selanjutnya, pada tahun 1992 mulai membangun cottage sebanyak 16 buah kamar dan arealnya diperluas menjadi 8 hektar, ditanami apel dan jeruk. Kemudian pada tahun berikutnya (1993) menambah kamar menjadi 66 buah dan fasilitas yang lain, diantaranya: kolam renang, restaurant dan ruang pertemuan. Pada tahun 1994 jumlah kamar bertambah menjadi 84 buah dan pada tahun 1995 dibangun hotel tiga lantai sehingga total kamarnya menjadi 152 kamar dan fasilitasnya bertambah, antara lain: Lobby, 3 restaurant, 8 ruang pertemuan, dan 2 lapangan tennis. Pada tahun 1996 untuk menambah obyek wisata agro telah dibangun pula rumah kaca (*green house*) untuk tanaman hias dan menanam kopi jenis Arabika kate yang genjah seluas 9 hektar (Kartika-1). Berikutnya pada tahun 1997 membuka usaha Estat dan Travel dan antara tahun 1998 – 2000 menambah jenis tanaman untuk Wisata Agro, yaitu Strawberry dan membangun *green house* lagi untuk sayur dan tanaman jenis *hydroponic* lainnya. Pada tahun itu pula di bangun “*home industry*” dengan bahan utama buah apel. Akhirnya dapat diproduksi Sari apel, Jenang apel, Wingko apel, Sele/Jam apel, Brem apel, dan nantinya Cuka apel. Mulai tahun 2002 ini peralatannya sudah semi modern dengan menggunakan *boiler*. Produk industri apel ini sudah menjangkau daerah Jawa Timur, Jawa Tengah, Jakarta dan Bali. Pada tahun 2002 ini pula didirikan KLINIK AGRIBISNIS yang tujuannya adalah sebagai pusat kajian agribisnis untuk memberdayakan, khususnya petani Indonesia dan pada umumnya dunia Agribisnis di Tanah air. Programnya adalah

mengadakan pelatihan-pelatihan, training, studi banding, seminar, kajian-kajian dan juga lebih memasyarakatkan Wisata Agro di masyarakat dengan membuat paket-paket wisata (bekerjasama dengan Biro Perjalanan / Travel).

Mulai tahun 2002 ini pula KLINIK AGRIBISNIS akan mengembangkan PERTANIAN ORGANIK.

Semua usaha dan aktivitas yang dirintis oleh Edy Antoro itu diwadahi dalam sebuah badan hukum yang legal, yaitu PT. KUSUMA SATRIA DINASASRI WISATAJAYA yang sekarang merupakan “*holding*” dari beberapa perusahaan, antara lain Hotel, Estat, dan Agrowisata. Total luas arealnya sekarang mencapai 60 hektar. Dengan jumlah karyawan tetap sekitar 400 orang dan total seluruh karyawan, termasuk harian lepas mencapai lebih dari 800 orang.

## **2. Divisi-Divisi**

### **a. Divisi Hotel**

Hotel Kusuma Agrowisata merupakan resort hotel yang berklasifikasi bintang tiga dan juga merupakan hotel konvensi karena mempunyai fasilitas ruang pertemuan sebanyak 8 buah, dari mulai yang berkapasitas untuk 20 orang (VIP) sampai 1000 orang. Fasilitas-fasilitas yang lain, antara lain: kolam renang (dengan air hangat setiap hari Minggu), lapangan tennis, badminton, tennis meja, bola volley, jogging track dan “driving range” (mini golf). Pertunjukan musik (live music) setiap akhir pekan (week end) dan hari-hari libur. Jumlah kamar hotel sebanyak 152 kamar, dari mulai type “standard”, superior cottage, deluxe cottage, duplex, junior suite, sampai executive cottage.

## b. Divisi Agrowisata

Sebagai cikal bakal kegiatan Wisata Agro/Agrowisata PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata jaya, Divisi ini menawarkan kebun apel, kebun jeruk, dan strawberry, dimana pengunjung dapat memetik sendiri buah-buah tersebut di lokasi kebun. Sambil berkeliling kebun pengunjung akan mendapatkan penjelasan dari para pemandu/guide tentang budidaya tanaman-tanaman tersebut. Sehingga sambil berekreasi, menghirup udara segar, pengunjung sekaligus akan mendapatkan wawasan/pengetahuan tentang tanaman dan usaha dibidang pertanian/agribisnis. Wisata ini dinamakan WISATA EDUKATIF. Tanaman apel yang diusahakan oleh Divisi ini antara lain: apel *manalagi*, *rome beauty*, *anna*, dan *wangling*. Sedangkan jeruknya adalah: *jova*, *keprok punten*, dan *valencia*. Selain strawberry, dihasilkan pula sayuran daun, antara lain: kangkung Thailand, selada, sawi daging, sawi putih, caisim, andewi, bayam merah, bayam hijau, baby kailan, dll. Juga tomat cherry, paprika, hot chilli, yang kesemuanya merupakan sayuran bebas pestisida karena diusahakan/dihasilkan secara hydroponic didalam “green house”.

Ditengah-tengah kebun apel terdapat rumah kaca (green house) untuk tanaman hias. Disana dapat dijumpai tanaman hias dari mulai jenis Brohmelia, Aglonema, Anthurium, Spatuphillum, dsb., sampai jenis-jenis kaktus (cactus) dan anggrek, mawar, serta aneka macam bonsai. Tersedia pula berbagai macam tanaman buah dalam pot (tabulampot). Selain tanaman, aneka cinderamata juga tersedia di tempat tersebut, termasuk bibit bunga dalam “sachet”. Team dari green house tanaman hias ini juga melayani pembuatan taman/landscape,

termasuk dekorasi yang menggunakan tanaman segar untuk acara pernikahan, ulang tahun, rapat-rapat, dan kematian.

Masih berkaitan dengan tanaman, kira-kira 300 meter ke arah Barat, dari lobby Agrowisata terdapat jalan setapak menuju kebun KOPI ARABIKA Tipe Kate (KARTIKA).

c. Divisi Estate (Villa Kusuma Agro)

Sebagai “pemain” baru di dunia pengembang, Divisi Estate mengembangkan/ membangun hunian berupa Villa-villa dengan konsep lingkungan bernuansa bunga. Arealnya dibuat system “cluster” sehingga terasa exclusive, satu block/kawasan/cluster hanya terdiri dari sekitar 75 villa dengan lanscape/taman yang “borderless” (tanpa pagar) sehingga suasananya akrab. Material lanscape tidak hanya berupa bunga-bunga saja, tapi dapat dikombinasikan dengan tanaman buah-buahan, misalnya tanaman apel, markisa (untuk pergolanya), bahkan tanaman kopi ARABIKA. Untuk Tahap ke – 4, Divisi Estate menawarkan type Villa, antara lain:

- KHUSUS : LB. 90 / LT 200
- MANALAGI : LB 125 / LT 350
- ANNA : LB 160 / LT 420
- ROME BEAUTY : LB 175 / LT 530
- PRINCESS NOBLE : LB 246 / LT 600

Fasilitas yang tersedia (diberikan), antara lain:

1. Telepon
2. Listrik Daya PLN 2200 Watt
3. Alarm system
4. Sprinkle irrigation
5. Tandon Air plus pompa air
6. Air panas
7. Almari tanam setiap kamar
8. Kitchen Set
9. Jalan area villa kusuma Agro
10. Perawatan Taman selama Satu Tahun
11. Garansi Bangunan selama Satu Tahun
12. Sistem Keamanan Lingkungan 24 jam
13. Dapat menggunakan fasilitas olah raga di kusuma Agrowisata Hotel.

d. Divisi Industri

Divisi ini merupakan divisi yang paling muda, yang resmi berpisah dari PT. Kusuma Satria Dinasari Wisatajaya pada tanggal 01 Januari 2006, sekarang Divisi Industri dibawah naungan PT. Mannasatria Kusuma Jaya Perkasa. Produknya antara lain : Sari Apel, Sari Strawberry, Sari Jambu, Sari Sirsak, Sari Jeruk, Selai Apel, Selai Strawberry, Jenang Apel, Sirup Strawberry, Cuka Apel, Minuman Brem Apel, Apel Cider, dan Kopi Arabika, dll. Dan untuk pemasarannya

divisi Industri sudah mencakup hampir seluruh Provinsi di Indonesia, antara lain : Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Kalimantan, Sulawesi, Sumatra, dst.

### **Pelaksanaan Penelitian**

Pelaksanaan pengumpulan data yaitu menyebarkan angket kepada Konsumen Agrowisata Batu Malang dilakukan pada tanggal 16, 17 dan 18 Oktober 2009. Pada penelitian ini disebarkan angket profesionalitas *Guide* sejumlah 150 eksemplar dan angket kepuasan konsumen sejumlah 150 eksemplar. Skoring hasil pengumpulan data dilaksanakan setiap hari selama tiga hari tanggal 16, 17 dan 18 Oktober 2009 setelah dilakukan penyebaran angket. Analisis data dilakukan pada tanggal 18 Oktober 2009.

### **Uji Validitas Dan Reliabilitas**

#### **Validitas**

Perhitungan validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *product moment* dari *Pearson*. Semua pengolahan data dilakukan dengan komputer program SPSS versi 15.00. Pengukuran reliabilitas tiap-tiap butir menggunakan teknik analisis koefisien *Alpha* dari *Cronbach*.

Hasil analisis butir untuk 36 item angket profesionalitas *guide* yaitu terdapat 32 butir item yang valid dan 4 butir item yang gugur.

Tabel 4.1

Item Valid Profesionalitas *Guide*

| Komponen             | Indikator                                       | Deskriptor  | Fav    | Unfav  | Jml |
|----------------------|---|---|--------|--------|-----|
| Informasi            | - Memahami lingkungan                           | Tingkat pemahaman <i>Guide</i> terhadap lingkungan sekitar            | 1*,2   | 19,20  | 3   |
|                      | - Wawasan luas                                  | Tingkat wawasan <i>Guide</i> terhadap pekerjaannya                    | 3,4    | 21,22  | 4   |
| Penguasaan Bahasa    | - Mampu berbicara dengan baik                   | Tingkat kemampuan <i>Guide</i> berbicara dengan konsumen              | 5,6    | 23,24* | 3   |
|                      | - Mampu memahami bahasa orang lain dengan tepat | Kemampuan <i>Guide</i> dalam memahami bahasa dan pembicaraan konsumen | 7,8    | 25,26  | 4   |
| Keterampilan Bergaul | - Mampu menyesuaikan diri                       | Kemampuan <i>Guide</i> menyesuaikan diri dengan konsumen              | 9,10   | 27,28  | 4   |
|                      | - Mampu menjadi teman yang baik                 | Kemampuan <i>Guide</i> dalam berteman dengan konsumen                 | 11,12  | 29,30  | 4   |
|                      | - Disukai orang lain                            | Kemampuan <i>Guide</i> menjadi orang yang disukai konsumen            | 13,14* | 31*,32 | 2   |
|                      | - Memahami tugas yang                           | Kemampuan <i>Guide</i> dalam  | 15,16  | 33,34  | 4   |

|              |                     |  |           |           |           |
|--------------|---------------------|--|-----------|-----------|-----------|
| Operasional  | diterima            | memahami tugas dalam pekerjaannya  |           |           |           |
|              | - Bertanggung jawab | Kemampuan <i>Guide</i> dalam bertanggung jawab terhadap konsumen dan atasannya | 17,18     | 35,36     | 4         |
| <b>Total</b> |                     |  | <b>16</b> | <b>16</b> | <b>32</b> |

Keterangan: \* butir aitem yang gugur

Hasil analisis butir untuk 36 item angket kepuasan konsumen yaitu terdapat 30 butir item yang valid dan 6 butir item yang gugur.

**Tabel 4.2**

**Item Valid Kepuasan Konsumen**

| Komponen            | Indikator                        | Deskriptor                                    | Fav    | Unfav  | Jml |
|---------------------|----------------------------------|---|--------|--------|-----|
| Senang              | - Merasa senang berada di tempat | Konsumen merasa senang dengan tempat wisata   | 1,2    | 19,20  | 4   |
|                     | - Selalu tersenyum               | Konsumen selalu tersenyum selama berwisata    | 3,4    | 21,22* | 3   |
| Semangat            | - Semangat beraktifitas          | Konsumen selalu bersemangat selama berwisata  | 5,6    | 23,24* | 3   |
|                     | - Merasa Segar                   | Konsumen tidak merasa capek selama berwisata  | 7,8    | 25,26  | 4   |
| Nyaman              | - Merasa tenteram                | Konsumen merasa damai berada di daerah wisata | 9*,10* | 27,28  | 2   |
|                     | - Betah berlama-lama             | Konsumen kerasan berada di daerah wisata      | 11*,12 | 29,30  | 3   |
| Kecenderungan ingin | - Selalu ingin kembali           | Konsumen selalu ingin berwisata               | 13,14  | 31,32  | 4   |

|                     |                          |   |           |           |           |
|---------------------|--------------------------|---|-----------|-----------|-----------|
| kembali             | - Teringat               | kembali<br>Konsumen sering teringat tempat wisata | 15,16*    | 33,34     | 3         |
| Kecenderungan loyal | - Tidak memikirkan biaya | Biaya tidak menjadi persoalan dalam berwisata     | 17,18     | 35,36     | 4         |
| <b>Total</b>        |                          |   | <b>14</b> | <b>16</b> | <b>30</b> |

Keterangan: \* butir aitem yang gugur

### Reliabilitas

Sebuah instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai penghitungan bergerak antara 0,000 sampai 1,000 (Azwar, 2004). Hasil uji reliabilitas didasarkan pada tabel kaidah reliabilitas Guildford dan Frucher.

**Tabel 4.3**  
**Tabel Kaidah Reliabilitas**  
**Guildford dan Frucher (dalam Arikunto, 2002)**

| Angka reliabilitas | Keterangan      |
|--------------------|-----------------|
| > 0,90             | Sangat reliabel |
| 0,70 – 0,90        | Reliabel        |
| 0,40 – 0,70        | Cukup reliabel  |
| 0,20 – 0,40        | Kurang reliabel |
| < 0,20             | Tidak reliabel  |

**Tabel 4.4**

### Rangkuman Uji Reliabilitas

| VARIABEL                     | ALPHA | KETERANGAN   | KESIMPULAN |
|------------------------------|-------|--------------|------------|
| Profesionalitas <i>Guide</i> | 0,835 | Alpha > 0,70 | Reliabel   |
| Kepuasan Konsumen            | 0,766 | Alpha > 0,70 | Reliabel   |

Berdasarkan hasil perhitungan reliabilitas tersebut, dapat diartikan bahwa variabel bebas profesionalitas *guide* memiliki nilai korelasi Alpha sebesar  $0,835 > 0,70$ , sehingga dapat dikatakan instrumen penelitian yang digunakan ini dapat dipercaya (reliabel).

Variabel terikat kepuasan konsumen memiliki nilai korelasi Alpha sebesar  $0,766 > 0,70$ , sehingga dapat dikatakan instrumen penelitian yang digunakan ini dapat dipercaya (reliabel).

## **Analisis Data**

### **Profesionalitas *Guide***

Untuk mengetahui klasifikasi profesionalitas *guide* dan kepuasan konsumen maka pengelompokannya dibagi menjadi 3 (tiga) kategori, yaitu tinggi, sedang dan rendah. Metode yang digunakan untuk menentukan jarak pada masing-masing tingkat yaitu dengan metode penilaian skor standar, dengan mengubah skor kasar kedalam bentuk penyimpangannya dari mean dalam satuan deviasi standar dengan rumus:

$$\text{Tinggi} = X \geq M + 1 \text{ SD}$$

$$\text{Sedang} = M - 1 \text{ SD} < X < M + 1 \text{ SD}$$

$$\text{Rendah} = X \leq M - 1 \text{ SD}$$

Berdasarkan hasil perhitungan untuk data yang diperoleh angket profesionalitas *guide*, dari 150 responden didapatkan 17 responden (12%) menilai bahwa *guide* di Agrowisata memiliki profesionalitas tinggi, 113 responden (75%) menilai bahwa *guide* di Agrowisata memiliki profesionalitas sedang dan 20

responden (13%) menilai bahwa *guide* di Agrowisata memiliki profesionalitas cukup rendah. Perbandingan proporsi bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.5**

**Kategori Profesionalitas *Guide***

| <b>Kategori</b> | <b>Interval</b> | <b>F</b>   | <b>Prosentase</b> |
|-----------------|-----------------|------------|-------------------|
| Tinggi          | $X > 104$       | 17         | 12 %              |
| Sedang          | 79 – 103        | 113        | 75 %              |
| Rendah          | $X < 78$        | 20         | 13 %              |
| <b>Total</b>    |                 | <b>150</b> | <b>100%</b>       |

**Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil perhitungan untuk data yang diperoleh angket kepuasan konsumen, dari 150 responden didapatkan 16 responden (11%) berada pada tingkat kepuasan yang tinggi, 112 responden (74 %) berada pada kategori sedang dan 22 responden (15%) memiliki kepuasan yang cukup rendah. Perbandingan proporsi bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.6**

**Kategori Kepuasan konsumen**

| <b>Kategori</b> | <b>Interval</b> | <b>F</b>   | <b>Prosentase</b> |
|-----------------|-----------------|------------|-------------------|
| Tinggi          | $X > 101$       | 16         | 11 %              |
| Sedang          | 80 – 100        | 112        | 74 %              |
| Rendah          | $X < 79$        | 22         | 15 %              |
| <b>Total</b>    |                 | <b>150</b> | <b>100%</b>       |

## Hasil Penelitian

Untuk pengujian hipotesis data hasil penelitian diolah dengan menggunakan analisis statistik korelasi *product moment* dari Pearson dengan hasil seperti tabel dibawah ini :

**Tabel 4.7**

### Rangkuman *Product Moment*

| $r_{hit}$ | Sig   | $r_{tabel}$ | Keterangan            | Kesimpulan |
|-----------|-------|-------------|-----------------------|------------|
| 0,258     | 0,001 | 0,159       | $r_{hit} > r_{tabel}$ | Signifikan |

Dari hasil analisis diperoleh  $r_{hit}$  0,258, dimana  $r_{tabel}$  untuk jumlah subyek 150 orang adalah 0,159 sehingga  $r_{hit} > r_{tabel}$  ( $0,258 > 0,159$ ). Sedangkan untuk menguji hasil hipotesis, diperoleh nilai  $p = 0,001$ , dan diketahui taraf signifikansi untuk penelitian ini adalah 0,050, sehingga  $p < 0,050$  ( $0,001 < 0,050$ ) yang berarti bahwa hipotesis penelitian ini diterima, bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan sebesar 0,258 antara profesionalitas *guide* dengan kepuasan konsumen di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata.

## Pembahasan

Hasil analisis data menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara profesionalitas *guide* dengan kepuasan konsumen, dimana semakin tinggi tingkat profesionalitas *guide* maka makin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.

Dari hasil penelitian didapatkan 17 responden (12%) menilai bahwa *guide* di Agrowisata memiliki profesionalitas tinggi, 113 responden (75%) menilai

bahwa *guide* di Agrowisata memiliki profesionalitas sedang dan 20 responden (13%) menilai bahwa *guide* di Agrowisata memiliki profesionalitas yang cukup rendah. Sedangkan pada tingkat kepuasan konsumen, didapatkan 16 responden (11%) memiliki tingkat kepuasan yang tinggi, 112 responden (74 %) memiliki tingkat kepuasan sedang dan 22 responden (15%) memiliki tingkat kepuasan yang cukup rendah.

Profesionalitas *guide* yang tinggi berarti bahwa *guide* memiliki informasi mengenai bidang pekerjaannya, menguasai bahasa, keterampilan bergaul dan mengetahui seluk beluk operasional pekerjaannya cukup tinggi, sedangkan *guide* yang memiliki profesionalitas *guide* kategori sedang menunjukkan bahwa *guide* memiliki informasi mengenai bidang pekerjaannya, menguasai bahasa, keterampilan bergaul dan mengetahui seluk beluk operasional pekerjaannya tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Sedangkan *guide* yang memiliki profesionalitas rendah berarti bahwa *guide* tersebut memiliki informasi mengenai bidang pekerjaannya, menguasai bahasa, keterampilan bergaul dan mengetahui seluk beluk operasional pekerjaannya kurang memadai sehingga perlu adanya bantuan untuk meningkatkannya.

Kepuasan konsumen kategori tinggi menunjukkan bahwa selama berada di daerah Agrowisata, konsumen tersebut selalu merasa senang, semangat, nyaman, ingin kembali dan loyal cukup tinggi sehingga perlu dipertahankan. Sedangkan konsumen yang memiliki kepuasan konsumen kategori sedang menunjukkan bahwa konsumen tersebut merasa senang, semangat, nyaman, ingin kembali dan loyal cukup, tidak tinggi dan tidak rendah sehingga masih harus dipertahankan

dan ditingkatkan. Konsumen yang memiliki kepuasan konsumen kategori rendah menunjukkan bahwa konsumen tersebut kurang merasa senang, semangat, nyaman, ingin kembali dan loyal selama berwisata di kawasan Agrowisata.

Paparan data diatas menunjukkan bahwa rata-rata responden menilai *guide* di Agrowisata memiliki rata-rata tingkat profesionalitas sedang atau menengah dan konsumen Agrowisata rata-rata memiliki tingkat kepuasan bertaraf sedang atau menengah. Hal tersebut seyogyanya dapat dipertahankan atau bahkan ditingkatkan menjadi kategori tinggi karena jika profesionalitas *guide* rata-rata berada pada kategori tinggi maka kepuasan konsumen juga akan tinggi, yang mana hal tersebut sangat diharapkan oleh perusahaan dan akan memberikan keuntungan yang lebih besar.

Tingkat profesionalitas *guide* dapat dikembangkan dengan melatih dan membiasakan diri untuk mengenal dan memahami diri, orang lain dan lingkungan sekitar agar saat berada dalam proses pelayanan terhadap konsumen *guide* mampu untuk serius dan bertanggung jawab terhadap tugas yang sedang dijalaninya. Tanggung jawab yang dimiliki *guide* akan membuat *guide* berusaha semaksimal mungkin agar mampu melakukan aktivitasnya secara baik dan dapat dipertanggung jawabkan.

Selain faktor profesionalitas *guide*, kepuasan konsumen dimungkinkan dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya, seperti kualitas produk, tempat dan lain-lain. Dengan hasil yang demikian, berarti hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian karena terdapat hubungan positif yang signifikan antara profesionalitas *guide* dengan kepuasan konsumen. Artinya

semakin tinggi tingkat profesionalitas *guide* maka makin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen Agrowisata.

Adanya hubungan antara profesionalitas *guide* dengan kepuasan konsumen pada hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh tingkat profesionalitas *guide*. Hubungan positif tersebut jelas terlihat jika *guide* memiliki profesionalitas yang tinggi maka kepuasan yang dirasakan konsumen juga akan tinggi, begitu pula sebaliknya jika *guide* memiliki profesionalitas yang rendah maka kepuasan yang dirasakan konsumen juga akan rendah.

Tujuan utama dari seorang *guide* atau pemandu wisata, adalah untuk menciptakan kepuasan pada pengunjung wisata atau konsumen. Adapun seorang *guide* haruslah menguasai proses-proses dari seorang *guide*, disini *guide* seakan-akan dituntut sebisa mungkin untuk memberi kesan yang baik kepada konsumen, dengan kata lain harus memberikan kepuasan terhadap konsumen atau pengunjung wisata tersebut.

Seorang *guide* atau pemandu wisata di Kusuma Agrowisata, dituntut untuk melayani sebaik mungkin terhadap wisatawan yang telah berkunjung, dan tidak membedakan pengunjung, haruslah semua pengunjung dianggap sebagai raja, meski kenyataannya pengunjung hanyalah orang biasa, tujuan ini semata-mata hanyalah untuk membuat setiap pengunjung merasakan kepuasan dan akan kembali berwisata di Kusuma Agrowisata lagi.

Dari paparan diatas sudah jelas sekali bahwa hubungan antara proses *guiding* terhadap kepuasan konsumen sangat erat sekali, seorang wisatawan

mungkin tidak akan merasa puas kalau seorang *guide* tidak menjalankan tugasnya sesuai dengan proses-proses yang ada. Sebaliknya konsumen atau pengunjung wisata akan merasakan kepuasan jika seorang *guide* atau pemandu wisata menjalankan tugasnya dengan proses-prosesnya. Jika dihubungkan dengan sejauh mana proses *guiding* bisa menimbulkan kepuasan bagi konsumen, mungkin peneliti bisa mengatakan kalau seorang *guide* atau pemandu wisata bekerja dengan baik dan sesuai prosedur-prosedur atau proses-proses sebagaimana mestinya, tentu akan menimbulkan dampak yang positif sekali, artinya konsumenpun akan merasa puas dengan cara kerjanya.

Adapun proses-proses kerja seorang *guide* yang baik di Kusuma Agrowisata harus mampu memberikan pelayanan yang maksimal terhadap konsumen agar konsumen merasa puas terhadap pelayanannya tersebut, seperti memberikan *welcome drink* kepada pengunjung atau wisatawan, mengantarkan pengunjung atau wisatawan berjalan melewati semua lokasi wisata Agrowisata, melayani setiap permintaan pengunjung atau wisatawan, kecuali pengunjung atau wisatawan meminta sesuatu yang menyalahi norma-norma atau aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh Kusuma Agrowisata, dan lain-lain.

Proses-proses di atas haruslah dikuasai oleh seorang *guide* atau pemandu wisata di Kusuma Agrowisata. Dengan melakukan itu semua maka yang didapatkan adalah keberhasilan membuat pengunjung wisata atau konsumen merasa puas, dan tentu akan mendapatkan sesuatu dari konsumen atau pengunjung wisata sebagai imbalan dari sistem kerjanya.

Menurut Schnaars (1991:48), pada dasarnya tujuan sebuah bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas. Sejalan dengan itu, berbagai upaya dilakukan untuk menyusun langkah teoritikal guna menjelaskan determinan, proses pembentukan, dan konsekuensi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tersebut dapat diperoleh jika perusahaan bekerja secara profesional.

Teori diatas menjelaskan bahwa kepuasan konsumen akan didapat jika karyawan pada perusahaan tersebut bekerja secara profesional, seperti tepat waktu, cepat, teliti dan menghargai konsumen. Hal tersebut berlaku juga di Agrowisata bahwa kepuasan konsumen salah satunya tergantung pada profesionalitas *guide* dalam bekerja. Dengan kata lain bahwa profesionalitas *guide* memiliki hubungan yang cukup erat dengan kepuasan konsumen.

Yoeti (1986:80) menyatakan, bahwa dalam melakukan tugasnya seorang pramuwisata atau *guide* harus menguasai hal-hal yang berkaitan dengan obyek dan daya tarik wisata yang sedang ditawarkan kepada wisatawan. Apabila seorang pramuwisata atau *guide* telah menguasai dan mampu menyampaikan informasi yang berkenaan dengan obyek dan daya tarik wisata maka wisatawan akan mendapat kepuasan.

Menurut teori di atas, kinerja *guide* memberikan pengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. Jika *guide* tidak bekerja secara profesional maka konsumen tidak akan mendapatkan kepuasan. Cara-cara *guide* dalam melayani konsumen termasuk salah satu ciri-ciri profesionalitas *guide* dalam melayani konsumen. Artinya profesionalitas kerja seorang *guide* berhubungan dengan tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen.

Melihat besar korelasi antara profesionalitas *guide* dengan kepuasan konsumen pada penelitian ini yaitu 0,258, peneliti berasumsi bahwa terdapat faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Artinya dari nilai 1,00, sebesar 0,742 dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Oleh karena itu, hasil penelitian ini yang menyatakan bahwa ada hubungan positif antara profesionalitas *guide* dengan kepuasan konsumen bisa dikatakan benar dan sesuai dengan teori-teori yang ada.

Faktor-faktor lain yang memiliki hubungan dan pengaruh terhadap kepuasan konsumen antara lain penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi, fitur produk dan jasa, emosi konsumen, konsumen lain, keluarga, dan rekan kerja.

Berry, Zeithaml dan Parasuraman (2007:126) mengidentifikasi 5 faktor dominan atau penentu mutu pelayanan jasa, yang pada akhirnya menjadi penentu tingkat kepuasan konsumen, yaitu:

1. *Reliability*, yaitu kemampuan karyawan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten.
2. *Responsiveness*, yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat dan bermakna serta kesediaan mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan konsumen, misalnya penyediaan sarana yang sesuai untuk menjamin terjadinya proses yang tepat.
3. *Assurance*, yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen, misalnya janji dalam promosi.

4. *Emphaty*, yaitu kesediaan karyawan dan pengelola untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada langganan, misalnya karyawan atau pengelola harus mencoba menempatkan diri sebagai konsumen. Jika konsumen mengeluh maka harus dicari solusi untuk mencapai persetujuan yang harmonis dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus.

5. *Tangible*, yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi, misalnya gedung dan kebersihan yang baik serta penataan ruangan yang rapi.

Menurut Zheithaml dan Bitner (2003:87) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, antara lain:

a. Fitur produk dan jasa. Dalam melakukan studi kepuasan, banyak perusahaan menggunakan kelompok fokus untuk menentukan fitur dan atribut penting dari jasa dan kemudian mengukur persepsi konsumen terhadap fitur tersebut.

b. Emosi konsumen. Pikiran atau perasaan konsumen (*good mood* atau *bad mood*) dapat mempengaruhi respon konsumen terhadap jasa. Emosi spesifik juga dapat disebabkan oleh pengalaman konsumsi, yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap jasa. Emosi positif seperti perasaan bahagia, senang, gembira akan meningkatkan kepuasan konsumen. Sebaliknya, emosi negatif seperti kesedihan, duka, penyesalan dan kemarahan dapat menurunkan tingkat kepuasan.

c. Atribusi untuk keberhasilan atau kegagalan jasa. Ketika konsumen dikejutkan dengan hasil (jasa lebih baik atau lebih buruk dari yang diharapkan), konsumen

cenderung untuk melihat alasan, dan penilaian mereka terhadap alasan dapat mempengaruhi kepuasan.

4. Persepsi terhadap kewajaran dan keadilan (*equity and fairness*). Konsumen bertanya pada diri mereka: Apakah saya diperlakukan secara baik dibandingkan dengan konsumen lain? Apakah konsumen lain mendapat pelayanan yang lebih baik, harga yang lebih baik, atau kualitas jasa yang lebih baik? Dugaan mengenai *equity* dan *fairness* adalah penting bagi persepsi kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa.

5. Konsumen lain, keluarga, dan rekan kerja. Misalnya, kepuasan terhadap perjalanan liburan keluarga adalah fenomena yang dinamis, dipengaruhi oleh reaksi dan ekspresi oleh anggota keluarga selama liburan. Kemudian, apakah ekspresi kepuasan atau ketidakpuasan anggota keluarga terhadap perjalanan dipengaruhi oleh cerita yang diceritakan kembali diantara keluarga dan memori mengenai suatu peristiwa.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian pada bab-bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa dari penelitian yang dilakukan mengenai hubungan antara profesionalitas guide dengan kepuasan konsumen di Agrowisata Batu Malang:

1. Didapatkan hasil bahwa konsumen menilai *guide* rata-rata memiliki profesionalitas bertaraf sedang.

2. Sedangkan konsumen juga memiliki rata-rata tingkat kepuasan sedang.
3. Diketahui bahwa terdapat hubungan antara profesionalitas *guide* dengan kepuasan konsumen dengan hasil  $r_{hit} = 0,258$ ,  $p = 0,001$  yang berarti bahwa hipotesis yang diajukan diterima, yaitu terdapat hubungan positif yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Dari hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi tingkat profesionalitas *guide* maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.

### **B. Saran-Saran**

Sehubungan dengan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang ingin disampaikan penulis kepada :

1. Perusahaan/Lembaga
  - a. Agar lebih memperhatikan kualitas kerja karyawannya khususnya *guide* karena kinerja seorang *guide* mampu mempengaruhi kepuasan konsumen sebagai salah satu cara agar kawasan Agrowisata banyak pengunjungnya.
  - b. Agar pihak perusahaan sering memberikan pelatihan dan arahan dalam rangka mengembangkan potensi dan sumber daya kinerja karyawannya sehingga diharapkan karyawan bekerja secara profesional.
2. *Guide*
  - a. Agar lebih mampu menjaga sikap dan pelayanannya terhadap konsumen karena *guide* merupakan ujung tombak yang langsung berhubungan dengan konsumen.
  - b. *Guide* diharapkan mampu meningkatkan profesionalitas kerjanya sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya.

### 3. Peneliti Selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk lebih mendetail dalam membahas masalah profesionalitas kerja *guide*.
- b. Diharapkan lebih mampu menggali faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi, fitur produk dan jasa, emosi konsumen dan rekan kerja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Panji. 1992. *Psikologi Kerja*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Arikunto, S. 1998. *Prosedur Penelitian (Satu Pendekatan Praktek) Edisi Revisi II*. Jakarta: Rineka Cipta
- . 2002. *Prosedur penelitian, suatu pendekatan dan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- . 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek (Edisi Revisi V)*. Jakarta: Rineka Cipta
- . 2007. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Azwar, S. 1998. *Tes Prestasi*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- .1999. *Penyusunan Skala Psikologi*, Edisi I. Jogjakarta: Pustaka Pelajar
- . 2000. *Metode Penelitian*. Yoyakarta : Pustaka Pelajar
- . 2001. *Reliabilitas dan Validitas*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar
- . 2002. *Tes Prestasi*. Yoyakarta: Pustaka Belajar
- . 2003. *Metode Penelitian. Edisi IV*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- . 2004. *Metode Penelitian*. Yoyakarta : Pustaka Pelajar
- Azwar, Saifuddin. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bungin, Burhan. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik, Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1989. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Fathoni, Abdurrahman. 2006. *Metodologi Penelitian & Teknik Membuat Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta
- Fisher. B. Aubrey (Penerjemah: Soejono Trimio, MLS). 1986. *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Hadi, Sutrisno. 2001. *Metode Research Jilid2*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Hasan, M.Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung : Refika Aditama.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi (Suatu Pengantar)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Narbuko, Cholid, dan Abu Achmadi. 2003. *Metodologi Penelitian Memberi Bekal Teoritis Pada Mahasiswa Tentang Metodologi Penelitian Serta Diharapkan Dapat Melaksanakan Penelitian Dengan Langkah-Langkah Yang Benar*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nasution. 2006. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta : Bumi Aksara
- Nazir, M. 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Panji, Anoraga. 1992. *Psikologi Kerja*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Rahayu, Iin. 2004. *Observasi dan Wawancara*. Malang: Banyu Media
- Rahmat, Jalaludin. 2000. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Sabarguna, Boy. S. 2005. *Analisis Data Pada Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Universitas Indonesia Press.
- Subagyo, Joko. 2006. *Metodologi Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sumanto. 1990. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Pendidikan*. Yogyakarta: Andi Offset
- Suryabrata, Sumadi. 2003. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- . 2008. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Prada
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2006. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan :

Berilah tanda checklist (√) pada setiap pernyataan di salah satu kolom yang tersedia!

|    |                 |    |                 |
|----|-----------------|----|-----------------|
| SS | : Sangat Sering | KK | : Kadang-Kadang |
| S  | : Sering        | TP | : Tidak Pernah  |

| NO | PERNYATAAN   | SS | S | KK | TP |
|----|--|----|---|----|----|
| 1  | Setiap saya bertanya mengenai produk wisata di Agrowisata, guide tempat ini mampu menjawabnya dengan baik  |    |   |    |    |
| 2  | Ketika ada konsumen yang bertanya mengenai kelebihan dan kekurangan Agrowisata ini, maka guide menerangkannya sesuai dengan kondisi yang ada             |    |   |    |    |
| 3  | Jika konsumen mengalami masalah, guide Agrowisata ini mampu menanganinya dengan cepat dan tepat  |    |   |    |    |
| 4  | Saya tidak pernah mengalami hal-hal yang menyulitkan saya karena selalu dapat diatasi dengan baik oleh guide Agrowisata ini                              |    |   |    |    |
| 5  | Setiap saya meminta guide Agrowisata ini menerangkan seluk beluk tempat wisata ini, maka ia mampu menerangkannya dengan kata-kata yang mudah saya fahami |    |   |    |    |
| 6  | Setiap saya mengkomplain sesuatu, maka guide Agrowisata ini mampu menjelaskannya dengan baik   |    |   |    |    |
| 7  | Setiap saya berbicara, guide Agrowisata ini mampu memahaminya dengan baik  |    |   |    |    |
| 8  | Meskipun saya sering berbicara asal-asalan, guide Agrowisata ini mampu memahami apa yang saya maksudkan  |    |   |    |    |
| 9  | Menurut saya, guide Agrowisata ini mampu menyesuaikan dirinya meskipun konsumen berasal dari daerah yang berbeda-beda                                    |    |   |    |    |
| 10 | Guide Agrowisata ini mampu menempatkan dirinya di tengah-tengah konsumen dengan baik   |    |   |    |    |
| 11 | Setiap menghadapi konsumen, guide Agrowisata ini mampu menjadikan dirinya sebagai bagian dari konsumen   |    |   |    |    |
| 12 | Saya merasa dekat dengan guide Agrowisata ini karena mereka selalu menjadi teman dalam perjalanan wisata saya di tempat ini                              |    |   |    |    |

|    |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|
| 13 | Meskipun sudah lelah, guide Agrowisata ini tetap melayani konsumen dengan ramah  |  |  |  |  |
| 14 | Guide Agrowisata ini mampu membuat konsumen betah berlama-lama berada di kawasan wisata ini  |  |  |  |  |
| 15 | Menurut saya, guide Agrowisata ini mampu menjalankan tugasnya dengan baik, seperti menyambut konsumen dengan baik  |  |  |  |  |
| 16 | Guide Agrowisata ini selalu memberikan <i>welcome drink</i> dengan cepat kepada setiap konsumen yang berkunjung  |  |  |  |  |
| 17 | Guide Agrowisata ini selalu membantu konsumen sesuai dengan prosedur yang ada, seperti menangani kesulitan konsumen secara cepat dan tepat                       |  |  |  |  |
| 18 | Jika guide Agrowisata ini berbuat salah selama pelayannya maka mereka akan langsung meminta maaf dan segera memperbaiki kesalahannya tersebut                    |  |  |  |  |
| 19 | Setiap ada konsumen yang bertanya mengenai cara memetik apel yang benar, guide Agrowisata ini kurang mampu mempraktekkannya dengan baik                          |  |  |  |  |
| 20 | Menurut saya, guide Agrowisata ini belum faham terhadap kondisi lingkungan di kawasan wisata ini   |  |  |  |  |
| 21 | Setiap saya menanyakan cara berwisata yang baik di kawasan wisata ini, guide Agrowisata ini tidak mampu menjelaskannya dengan baik                               |  |  |  |  |
| 22 | Guide Agrowisata ini selalu terlambat memberikan arahan sebelum konsumen melakukan perjalanan wisata di tempat ini   |  |  |  |  |
| 23 | Guide tempat ini kurang mampu menjelaskan secara detail tentang cara berwisata di daerah Agrowisata ini  |  |  |  |  |
| 24 | Menurut saya, guide Agrowisata ini tidak mampu berkomunikasi terhadap konsumen dengan baik   |  |  |  |  |
| 25 | Seringkali guide Agrowisata ini keliru menafsirkan pertanyaan-pertanyaan yang saya tanyakan mengenai produk tempat wisata ini kepadanya                          |  |  |  |  |
| 26 | Saat saya bertanya mengenai produk apel, guide Agrowisata ini malah menjelaskan tentang seluk beluk kawasan wisata ini   |  |  |  |  |
| 27 | Menurut saya, guide Agrowisata ini tidak mampu memposisikan dirinya dengan baik sebagai seorang guide di kawasan wisata ini, seperti sering mengacuhkan konsumen |  |  |  |  |
| 28 | Guide Agrowisata ini kurang mampu bergaul dengan konsumen  |  |  |  |  |
| 29 | Guide Agrowisata ini tidak akrab saat menghadapi konsumen, seperti memberikan penjelasan kurang  |  |  |  |  |

|    |   |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|
|    | detail  |  |  |  |  |
| 30 | Saya sering ditinggalkan guide Agrowisata ini selama perjalanan wisata saya di tempat ini   |  |  |  |  |
| 31 | Guide Agrowisata ini seringkali lebih mementingkan kepentingan dirinya daripada kepentingan konsumen, seperti menerima telpon saat konsumen bertanya tentang kawasan wisata ini |  |  |  |  |
| 32 | Menurut saya, guide Agrowisata ini sering mengganggu aktifitas konsumen selama perjalanan wisata di tempat ini  |  |  |  |  |
| 33 | Guide Agrowisata sering kurang memberikan pelayanan terhadap konsumen, seperti tidak menyambut kedatangan konsumen  |  |  |  |  |
| 34 | Menurut saya, guide Agrowisata ini tidak mampu menjalankan tugasnya sebagai seorang guide dengan baik   |  |  |  |  |
| 35 | Guide Agrowisata ini sering terlambat menyambut kedatangan konsumen yang berkunjung   |  |  |  |  |
| 36 | Setiap saya berwisata di tempat ini, guide Agrowisata ini sering menelantarkan konsumen, seperti tidak memberikan petunjuk dan arahan, meninggalkan konsumen                    |  |  |  |  |

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan :

Berilah tanda checklist (√) pada setiap pernyataan di salah satu kolom yang tersedia!

|                    |                           |
|--------------------|---------------------------|
| SS : Sangat Setuju | TS : Tidak Setuju         |
| S : Setuju         | STS : sangat Tidak Setuju |

| NO | PERNYATAAN   | SS | S | TS | STS |
|----|--|----|---|----|-----|
| 1  | Setiap saya berwisata di daerah Agrowisata ini perasaan saya terasa bebas tanpa tekanan                        |    |   |    |     |
| 2  | Saat berada di daerah Agrowisata ini, seakan-akan kegembiraan saya tidak ada yang dapat menandinginya          |    |   |    |     |
| 3  | Saya merasa mudah tertawa saat berada di kawasan Agrowisata  |    |   |    |     |
| 4  | Selama berada di kawasan Agrowisata, saya tidak pernah merasa sedih  |    |   |    |     |
| 5  | Harus saya akui, bahwa saat saya berwisata di daerah Agrowisata ini, semangat saya bertambah                   |    |   |    |     |
| 6  | Selama berwisata di daerah Agrowisata ini, saya sangat antusias melihat produk-produk yang ada                 |    |   |    |     |
| 7  | Selama berwisata di daerah Agrowisata, saya tidak merasakan kecapekan sedikitpun karena pelayannya sangat baik |    |   |    |     |
| 8  | Menurut saya, rasa lelah langsung hilang dengan berwisata ke kawasan Agrowisata ini                            |    |   |    |     |
| 9  | Saya merasa nyaman selama berada di tempat wisata Agrowisata ini   |    |   |    |     |
| 10 | Perasaan saya bertambah tenteram saat berwisata di daerah Agrowisata ini                                       |    |   |    |     |
| 11 | Saya sudah merasa cukup jika berwisata ke daerah Agrowisata ini tanpa pergi ke tempat wisata lainnya           |    |   |    |     |
| 12 | Saya sangat menyukai kawasan Agrowisata ini, terutama kawasan wisata apel                                      |    |   |    |     |
| 13 | Saya merasa selalu ingin berwisata kembali ke tempat ini   |    |   |    |     |
| 14 | Seandainya bisa, saya akan selalu berwisata ke Agrowisata ini  |    |   |    |     |
| 15 | Meskipun saya berada di tempat lain, saya selalu teringat Agrowisata ini                                       |    |   |    |     |

|    |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|
| 16 | Setiap saat saya selalu teringat akan tempat wisata Agrowisata ini   |  |  |  |  |
| 17 | Saya selalu membeli apa saja yang ada di Agrowisata ini  |  |  |  |  |
| 18 | Jika saya menginginkan sesuatu untuk dibeli maka saya akan langsung membelinya   |  |  |  |  |
| 19 | Saya kurang menyukai produk-produk yang ditawarkan Agrowisata  |  |  |  |  |
| 20 | Produk-produk yang berada di daerah Agrowisata ini menurut saya masih belum lengkap  |  |  |  |  |
| 21 | Saya murung ketika sampai di daerah Agrowisata ini karena kondisi daerahnya kurang tertata rapi  |  |  |  |  |
| 22 | Saya suka marah-marah jika saya berwisata di tempat ini karena pelayanannya kurang memuaskan, seperti kurang penyambutan terhadap konsumen |  |  |  |  |
| 23 | Setiap saya berwisata di daerah wisata ini, semangat saya langsung turun karena melihat pelayanannya yang kurang memuaskan                 |  |  |  |  |
| 24 | Selama berwisata di daerah Agrowisata ini, saya kurang tertarik untuk melihat produk-produk yang ditawarkan di tempat ini                  |  |  |  |  |
| 25 | Menurut saya, kawasan Agrowisata mudah menimbulkan rasa jenuh terhadap konsumen karena kondisinya yang tidak bervariasi                    |  |  |  |  |
| 26 | Menurut saya, tempat wisata ini bukan tempat untuk menghilangkan rasa lelah tetapi malah akan menimbulkan kelelahan                        |  |  |  |  |
| 27 | Saya tidak merasa nyaman selama berada di Agrowisata ini karena kondisi daerahnya yang kurang terawat dan tertata                          |  |  |  |  |
| 28 | Selama berwisata di Agrowisata ini, saya sering merasa bingung dan was-was karena simbol-simbol petunjuk jalan kurang lengkap              |  |  |  |  |
| 29 | Saya ingin cepat pulang setelah sampai di kawasan Agrowisata ini karena pelayanannya kurang ramah terhadap konsumen                        |  |  |  |  |
| 30 | Meskipun saya berada di tempat Agrowisata ini, namun pikiran saya berada di tempat lain  |  |  |  |  |
| 31 | Saya tidak ingin berwisata ke tempat Agrowisata ini lagi karena penyambutan terhadap konsumen kurang baik                                  |  |  |  |  |
| 32 | Menurut saya, daripada datang ke tempat ini lagi, lebih baik saya datang ke tempat wisata lainnya  |  |  |  |  |
| 33 | Saya mudah melupakan tempat wisata ini karena tidak ada sesuatu yang membuat saya terkesan   |  |  |  |  |

|    |   |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|
| 34 | Menurut saya, Agrowisata bukan tempat wisata yang selalu ingin saya kunjungi                                  |  |  |  |  |
| 35 | Selama berwisata di Agrowisata ini, saya selalu memperhitungkan besar kecilnya biaya yang akan saya keluarkan |  |  |  |  |
| 36 | Saya jarang membeli sesuatu di Agrowisata ini karena harganya cukup mahal                                     |  |  |  |  |

| Resp | x1 | x2 | x3 | x4 | x5 | x6 | x7 | x8 | x9 | x10 | x11 | x12 | x13 | x14 | x15 | x16 | x17 | x18 | x19 | x20 | x21 | x22 | x23 | x24 | x25 | x26 | x27 | x28 | x29 | x30 | x31 | x32 | x33 | x34 | x35 | x36 | Tot |    |
|------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|
| 1    | 1  | 3  | 1  | 2  | 3  | 1  | 1  | 3  | 2  | 2   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 1   | 3   | 4   | 1   | 2   | 2   | 1   | 3   | 2   | 1   | 3   | 79  |    |
| 2    | 3  | 3  | 2  | 2  | 1  | 4  | 4  | 1  | 2  | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 2   | 1   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 4   | 4   | 1   | 2   | 4   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 90  |    |
| 3    | 3  | 4  | 2  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 1   | 4   | 3   | 1   | 3   | 2   | 2   | 1   | 3   | 1   | 4   | 3   | 2   | 1   | 3   | 2   | 1   | 91  |    |
| 4    | 4  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2   | 4   | 1   | 3   | 3   | 1   | 3   | 2   | 4   | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 1   | 3   | 2   | 3   | 4   | 1   | 4   | 2   | 2   | 1   | 4   | 1   | 86  |    |
| 5    | 2  | 2  | 1  | 3  | 4  | 3  | 4  | 2  | 1  | 2   | 4   | 1   | 2   | 4   | 2   | 3   | 2   | 4   | 2   | 1   | 1   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 1   | 1   | 79  |    |
| 6    | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 1  | 2  | 1   | 4   | 1   | 2   | 4   | 3   | 1   | 1   | 1   | 3   | 3   | 3   | 4   | 2   | 1   | 1   | 2   | 1   | 2   | 1   | 2   | 4   | 1   | 4   | 2   | 2   | 1   | 77  |    |
| 7    | 3  | 3  | 2  | 4  | 3  | 3  | 4  | 2  | 3  | 2   | 4   | 2   | 3   | 3   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 1   | 1   | 2   | 3   | 1   | 1   | 1   | 1   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 1   | 80  |    |
| 8    | 4  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 1  | 1  | 2   | 3   | 1   | 2   | 4   | 1   | 3   | 2   | 1   | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 1   | 1   | 3   | 2   | 1   | 1   | 3   | 3   | 1   | 3   | 1   | 2   | 2   | 75  |    |
| 9    | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 1   | 2   | 1   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 1   | 2   | 2   | 1   | 3   | 2   | 3   | 1   | 3   | 1   | 81  |    |
| 10   | 3  | 1  | 2  | 4  | 3  | 2  | 3  | 2  | 1  | 1   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 1   | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 1   | 2   | 4   | 2   | 4   | 2   | 2   | 1   | 76  |    |
| 11   | 2  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 110 |    |
| 12   | 4  | 1  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 2   | 1   | 2   | 4   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 1   | 1   | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 1   | 4   | 3   | 2   | 1   | 84  |    |
| 13   | 4  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 4  | 1  | 4  | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 4   | 2   | 1   | 4   | 4   | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 1   | 1   | 2   | 2   | 4   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 1   | 85  |    |
| 14   | 4  | 1  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 1  | 2  | 2   | 3   | 2   | 2   | 4   | 1   | 3   | 3   | 1   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 3   | 1   | 1   | 1   | 2   | 1   | 3   | 3   | 1   | 3   | 1   | 2   | 1   | 73  |    |
| 15   | 4  | 3  | 4  | 2  | 4  | 4  | 2  | 2  | 2  | 4   | 1   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 2   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 1   | 1   | 2   | 1   | 1   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 1   | 96  |    |
| 16   | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 2  | 2  | 4  | 4  | 2   | 2   | 1   | 2   | 1   | 3   | 4   | 3   | 2   | 1   | 2   | 4   | 3   | 1   | 3   | 2   | 1   | 3   | 3   | 2   | 3   | 4   | 4   | 1   | 3   | 2   | 1   | 90  |    |
| 17   | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 1   | 1   | 2   | 1   | 1   | 3   | 3   | 4   | 1   | 1   | 2   | 2   | 2   | 2   | 1   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 104 |    |
| 18   | 3  | 4  | 2  | 4  | 3  | 2  | 2  | 2  | 1  | 1   | 2   | 1   | 3   | 3   | 1   | 3   | 2   | 1   | 1   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 2   | 2   | 2   | 2   | 1   | 3   | 4   | 3   | 4   | 1   | 1   | 3   | 83  |    |
| 19   | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 1  | 1  | 1  | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 1   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 2   | 4   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 86  |    |
| 20   | 4  | 3  | 4  | 4  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 2   | 2   | 2   | 4   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 1   | 102 |    |
| 21   | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 2  | 2  | 3   | 2   | 1   | 3   | 2   | 3   | 4   | 1   | 1   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 1   | 2   | 4   | 4   | 4   | 1   | 1   | 3   | 2   | 95  |    |
| 22   | 3  | 3  | 4  | 2  | 4  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2   | 3   | 2   | 3   | 1   | 2   | 2   | 1   | 1   | 2   | 3   | 3   | 1   | 1   | 2   | 2   | 1   | 3   | 2   | 1   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 4   | 1   | 82  |    |
| 23   | 4  | 3  | 4  | 3  | 1  | 2  | 3  | 4  | 2  | 2   | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 1   | 2   | 2   | 3   | 1   | 1   | 3   | 3   | 3   | 1   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 4   | 1   | 1   | 2   | 2   | 86  |    |
| 24   | 4  | 4  | 2  | 3  | 3  | 2  | 1  | 4  | 3  | 3   | 1   | 3   | 1   | 2   | 2   | 2   | 4   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 2   | 4   | 2   | 2   | 1   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 4   | 3   | 3   | 91  |    |
| 25   | 3  | 3  | 2  | 2  | 1  | 3  | 3  | 2  | 1  | 2   | 4   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 1   | 2   | 1   | 1   | 1   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 2   | 1   | 1   | 3   | 3   | 76  |    |
| 26   | 4  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 1  | 2   | 3   | 1   | 1   | 4   | 1   | 2   | 2   | 1   | 1   | 1   | 1   | 2   | 2   | 3   | 4   | 2   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 1   | 4   | 2   | 3   | 2   | 86 |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 27 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 | 85 |
| 28 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 83 |
| 29 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 1 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 4 | 2 | 90 |
| 30 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 4 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 85 |
| 31 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 4 | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 | 76 |
| 32 | 2 | 1 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 80 |
| 33 | 3 | 1 | 4 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 | 1 | 80 |
| 34 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 75 |
| 35 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 4 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 4 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 85 |
| 36 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 77 |
| 37 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 77 |
| 38 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 69 |
| 39 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 71 |
| 40 | 4 | 2 | 3 | 4 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 | 86 |
| 41 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 1 | 84 |
| 42 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 82 |
| 43 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 84 |
| 44 | 4 | 3 | 4 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 81 |
| 45 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 77 |
| 46 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 98 |
| 47 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 82 |
| 48 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 94 |
| 49 | 4 | 4 | 1 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 97 |
| 50 | 4 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 97 |
| 51 | 4 | 1 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 87 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 97 |
| 53 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 4 | 4 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 78 |
| 54 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 4 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 4 | 1 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 89 |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |     |     |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|-----|-----|----|
| 55 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 4 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 4  | 2   | 87  |    |
| 56 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 4 | 3 | 1 | 3  | 2   | 95  |    |
| 57 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 93 |     |     |    |
| 58 | 1 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3  | 1   | 101 |    |
| 59 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 4 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3  | 2   | 90  |    |
| 60 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3  | 128 |     |    |
| 61 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2  | 3   | 2   | 87 |
| 62 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2  | 1   | 78  |    |

87

| Resp | x1 | x2 | x3 | x4 | x5 | x6 | x7 | x8 | x9 | x10 | x11 | x12 | x13 | x14 | x15 | x16 | x17 | x18 | x19 | x20 | x21 | x22 | x23 | x24 | x25 | x26 | x27 | x28 | x29 | x30 | x31 | x32 | x33 | x34 | x35 | x36 | Tot |    |
|------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|
| 63   | 4  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 1  | 4  | 4  | 1   | 2   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 1   | 3   | 3   | 2   | 4   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 2   | 1   | 97  |    |
| 64   | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 2  | 3   | 2   | 3   | 4   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 1   | 3   | 3   | 4   | 2   | 3   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 4   | 3   | 3   | 2   | 3   | 97  |    |
| 65   | 4  | 3  | 4  | 1  | 3  | 2  | 1  | 1  | 2  | 1   | 1   | 3   | 1   | 4   | 1   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 1   | 2   | 3   | 1   | 2   | 2   | 2   | 1   | 2   | 1   | 75  |    |
| 66   | 2  | 1  | 2  | 2  | 1  | 3  | 1  | 2  | 1  | 1   | 2   | 3   | 3   | 1   | 2   | 3   | 3   | 1   | 2   | 2   | 4   | 4   | 2   | 4   | 4   | 3   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 83  |    |
| 67   | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 3  | 1   | 1   | 1   | 2   | 1   | 1   | 3   | 3   | 4   | 1   | 1   | 3   | 4   | 2   | 2   | 4   | 2   | 2   | 4   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 4   | 4   | 4   | 82  |    |
| 68   | 2  | 1  | 2  | 2  | 1  | 2  | 2  | 2  | 3  | 1   | 1   | 3   | 2   | 1   | 1   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 2   | 2   | 2   | 1   | 3   | 2   | 3   | 3   | 1   | 3   | 2   | 1   | 4   | 3   | 79  |    |
| 69   | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 2  | 3  | 2  | 2   | 3   | 2   | 1   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 2   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 2   | 4   | 4   | 1   | 3   | 3   | 3   | 94 |
| 70   | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 4  | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 1   | 3   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 1   | 2   | 2   | 3   | 1   | 1   | 94  |    |
| 71   | 3  | 4  | 4  | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 1   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 117 |    |
| 72   | 3  | 4  | 4  | 4  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 3   | 4   | 2   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 3   | 1   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 117 |    |
| 73   | 4  | 4  | 4  | 4  | 1  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3   | 4   | 4   | 2   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 1   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 117 |    |
| 74   | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 2  | 4  | 3  | 1   | 4   | 2   | 4   | 4   | 3   | 1   | 4   | 4   | 3   | 2   | 2   | 3   | 4   | 1   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 2   | 104 |    |
| 75   | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 1  | 3  | 3  | 4  | 2   | 3   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 4   | 3   | 3   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 1   | 1   | 89  |     |    |
| 76   | 1  | 3  | 3  | 4  | 2  | 2  | 2  | 4  | 2  | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 1   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 95  |    |
| 77   | 3  | 1  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3   | 4   | 1   | 3   | 2   | 4   | 1   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 2   | 3   | 1   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 2   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 102 |    |
| 78   | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 4  | 4  | 2   | 2   | 2   | 2   | 1   | 4   | 4   | 3   | 3   | 2   | 1   | 4   | 4   | 3   | 4   | 2   | 4   | 2   | 3   | 2   | 4   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 100 |    |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |     |     |     |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|-----|-----|
| 79  | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 100 |     |     |
| 80  | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 99  |     |     |
| 81  | 4 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 | 87  |     |     |
| 82  | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 97  |     |     |
| 83  | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 92  |     |     |
| 84  | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 98  |     |     |
| 85  | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 104 |     |     |
| 86  | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 96  |     |     |
| 87  | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 91  |     |     |
| 88  | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 128 |     |     |
| 89  | 3 | 4 | 4 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 93  |     |     |
| 90  | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 93  |     |     |
| 91  | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 93  |     |     |
| 92  | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 125 |     |     |
| 93  | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 1 | 1 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3   | 122 |     |
| 94  | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 56  |     |     |
| 95  | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 96  |     |     |
| 96  | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3   | 93  |     |
| 97  | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2   | 89  |     |
| 98  | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3   | 119 |     |
| 99  | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4   | 4   | 100 |
| 100 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 96  |     |     |
| 101 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 87  |     |     |
| 102 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3   | 95  |     |
| 103 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 96  |     |     |
| 104 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 4 | 4 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 91  |     |     |
| 105 | 3 | 3 | 1 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 4 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 89  |     |     |
| 106 | 4 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2   | 86  |     |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |     |     |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|-----|
| 107 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3   | 130 |
| 108 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1   | 49  |
| 109 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3   | 89  |
| 110 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 124 |     |
| 111 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2   | 98  |
| 112 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3   | 97  |
| 113 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 | 1 | 3 | 2 | 3 | 1 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4   | 104 |
| 114 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 4   | 94  |
| 115 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3   | 94  |
| 116 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 4 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3   | 89  |
| 117 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2   | 96  |
| 118 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3   | 94  |
| 119 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 92  |     |
| 120 | 1 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 90  |     |
| 121 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2   | 104 |
| 122 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3   | 102 |
| 123 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3   | 96  |
| 124 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 4 | 1 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2   | 101 |
| 125 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 1 | 3   | 96  |

| Resp | x1 | x2 | x3 | x4 | x5 | x6 | x7 | x8 | x9 | x10 | x11 | x12 | x13 | x14 | x15 | x16 | x17 | x18 | x19 | x20 | x21 | x22 | x23 | x24 | x25 | x26 | x27 | x28 | x29 | x30 | x31 | x32 | x33 | x34 | x35 | x36 | Tot |
|------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 126  | 4  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 1  | 4  | 4  | 1   | 2   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 1   | 3   | 3   | 2   | 4   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 2   | 1   | 97  |
| 127  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 1   | 3   | 4   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 4   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 1   | 1   | 4   | 1   | 3   | 2   | 2   | 4   | 3   | 2   | 2   | 89  |
| 128  | 4  | 3  | 4  | 2  | 3  | 2  | 3  | 4  | 4  | 1   | 1   | 3   | 4   | 1   | 1   | 3   | 3   | 2   | 2   | 4   | 4   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 93  |
| 129  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 2   | 2   | 1   | 3   | 2   | 2   | 2   | 4   | 3   | 1   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 1   | 3   | 1   | 4   | 2   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 2   | 2   | 96  |
| 130  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 1  | 3  | 4  | 4  | 1   | 3   | 2   | 3   | 3   | 2   | 2   | 4   | 2   | 2   | 1   | 4   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 4   | 1   | 2   | 4   | 4   | 4   | 1   | 4   | 2   | 2   | 94  |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |     |     |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|-----|
| 131 | 3 | 3 | 1 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 4 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 3 | 1 | 3 | 85  |     |
| 132 | 4 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 86  |     |
| 133 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 1 | 3 | 92  |     |
| 134 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 4 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 | 88  |     |
| 135 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 94  |     |
| 136 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 108 |     |
| 137 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 4 | 1 | 2 | 1 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 | 89  |     |
| 138 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 4 | 1 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 87  |     |
| 139 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 87  |     |
| 140 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 87  |     |
| 141 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 59  |     |
| 142 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1   | 59  |
| 143 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 1 | 88  |     |
| 144 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 1 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 98  |     |
| 145 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 76  |     |
| 146 | 3 | 3 | 1 | 2 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 80  |     |
| 147 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 100 |     |
| 148 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3   | 103 |
| 149 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 98  |     |
| 150 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 95  |     |

**DATA KASAR KEPUASAN KONSUMEN**

| Res p | y1 | y2 | y3 | y4 | y5 | y6 | y7 | y8 | y9 | y10 | y11 | y12 | y13 | y14 | y15 | y16 | y17 | y18 | y19 | y20 | y21 | y22 | y23 | y24 | y25 | y26 | y27 | y28 | y29 | y30 | y31 | y32 | y33 | y34 | y35 | y36 | Tot |    |   |    |
|-------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|---|----|
| 1     | 2  | 2  | 1  | 4  | 2  | 4  | 3  | 1  | 3  | 4   | 3   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 4   | 1   | 1   | 1   | 2   | 1   | 2   | 1   | 1   | 3   | 1   | 3   | 1   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 4   | 2   | 1  | 3 | 79 |
| 2     | 2  | 3  | 2  | 4  | 2  | 3  | 3  | 1  | 4  | 4   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 2   | 1   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 4   | 2   | 2   | 2   | 90 |   |    |
| 3     | 2  | 3  | 1  | 4  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 4   | 3   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 1   | 3   | 1   | 1   | 3   | 1   | 2   | 1   | 3   | 4   | 3   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 1   | 3   | 91 |   |    |
| 4     | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 1  | 4  | 4   | 2   | 3   | 3   | 2   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 1   | 2   | 2   | 3   | 2   | 1   | 1   | 3   | 2   | 3   | 3   | 2   | 2   | 4   | 2   | 2   | 1   | 86  |    |   |    |
| 5     | 3  | 3  | 1  | 3  | 2  | 4  | 3  | 2  | 3  | 3   | 3   | 2   | 3   | 1   | 3   | 3   | 3   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 4   | 2   | 1   | 1   | 1   | 1   | 4   | 2   | 1   | 3   | 3   | 3   | 1   | 2   | 79  |    |   |    |
| 6     | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 2  | 4  | 4   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 4   | 4   | 1   | 1   | 1   | 2   | 1   | 2   | 1   | 1   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 1   | 2   | 3   | 2   | 1   | 3   | 77  |    |   |    |
| 7     | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 1   | 1   | 2   | 1   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 112 |    |   |    |
| 8     | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 2  | 1  | 1   | 1   | 1   | 2   | 1   | 2   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 2   | 2   | 1   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 3   | 1   | 1   | 1   | 56  |    |   |    |
| 9     | 2  | 3  | 1  | 3  | 3  | 4  | 2  | 1  | 3  | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 4   | 2   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 1   | 1   | 1   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 2   | 2   | 3   | 84  |    |   |    |
| 10    | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 4  | 4   | 2   | 2   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 1   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 2   | 102 |    |   |    |
| 11    | 4  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4  | 2  | 2  | 3  | 3   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 1   | 4   | 1   | 3   | 1   | 2   | 3   | 1   | 1   | 1   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 4   | 3   | 4   | 3   | 2   | 3   | 87  |    |   |    |
| 12    | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 4  | 4   | 2   | 3   | 4   | 2   | 3   | 2   | 4   | 2   | 1   | 2   | 1   | 1   | 3   | 1   | 2   | 2   | 3   | 1   | 3   | 1   | 3   | 2   | 4   | 2   | 3   | 2   | 88  |    |   |    |
| 13    | 2  | 4  | 2  | 3  | 3  | 4  | 2  | 2  | 3  | 3   | 2   | 3   | 4   | 2   | 2   | 1   | 3   | 1   | 3   | 1   | 2   | 3   | 2   | 1   | 1   | 3   | 1   | 3   | 4   | 4   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 91  |    |   |    |
| 14    | 1  | 4  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 1  | 4  | 3   | 2   | 2   | 4   | 1   | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 1   | 3   | 1   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 2   | 1   | 3   | 2   | 4   | 2   | 2   | 2   | 81  |    |   |    |
| 15    | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 4  | 2  | 2  | 4  | 3   | 3   | 3   | 4   | 2   | 2   | 1   | 3   | 3   | 3   | 3   | 1   | 3   | 2   | 2   | 1   | 3   | 2   | 2   | 3   | 1   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 92  |    |   |    |
| 16    | 3  | 3  | 1  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 4   | 2   | 4   | 4   | 1   | 3   | 2   | 3   | 2   | 1   | 2   | 2   | 1   | 3   | 1   | 2   | 1   | 3   | 2   | 4   | 1   | 3   | 1   | 3   | 1   | 2   | 3   | 82  |    |   |    |
| 17    | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 4  | 4  | 1  | 3  | 3   | 3   | 2   | 4   | 2   | 2   | 1   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 4   | 3   | 3   | 1   | 3   | 88  |    |   |    |
| 18    | 3  | 3  | 2  | 4  | 3  | 3  | 4  | 2  | 4  | 4   | 2   | 3   | 4   | 1   | 3   | 2   | 3   | 2   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 1   | 1   | 2   | 1   | 3   | 3   | 3   | 2   | 1   | 2   | 86  |    |   |    |
| 19    | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 4  | 2  | 1  | 3  | 3   | 3   | 2   | 4   | 2   | 2   | 1   | 4   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 4   | 3   | 2   | 3   | 83  |    |   |    |
| 20    | 3  | 2  | 1  | 4  | 2  | 3  | 4  | 2  | 4  | 4   | 2   | 4   | 4   | 1   | 1   | 4   | 1   | 2   | 1   | 2   | 2   | 1   | 1   | 2   | 2   | 2   | 1   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 4   | 2   | 2   | 84  |    |   |    |
| 21    | 2  | 2  | 1  | 3  | 3  | 1  | 2  | 2  | 3  | 3   | 3   | 4   | 4   | 2   | 2   | 3   | 4   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 1   | 3   | 2   | 3   | 3   | 2   | 3   | 88  |    |   |    |
| 22    | 1  | 3  | 2  | 4  | 2  | 3  | 4  | 1  | 4  | 4   | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 4   | 4   | 1   | 3   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 3   | 1   | 4   | 2   | 2   | 2   | 92  |    |   |    |
| 23    | 1  | 3  | 1  | 3  | 3  | 4  | 2  | 2  | 2  | 3   | 2   | 3   | 4   | 1   | 2   | 3   | 4   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 86  |    |   |    |
| 24    | 1  | 2  | 2  | 4  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 4   | 2   | 4   | 3   | 1   | 3   | 4   | 4   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 1   | 2   | 3   | 2   | 2   | 4   | 4   | 4   | 2   | 3   | 3   | 3   | 2   | 4   | 98  |    |   |    |
| 25    | 1  | 3  | 1  | 3  | 1  | 4  | 2  | 2  | 4  | 3   | 3   | 3   | 4   | 1   | 2   | 3   | 4   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 1   | 2   | 3   | 1   | 2   | 4   | 3   | 2   | 2   | 4   | 3   | 1   | 4   | 88 |   |    |
| 26    | 2  | 1  | 2  | 4  | 1  | 3  | 4  | 2  | 2  | 4   | 2   | 4   | 3   | 2   | 3   | 4   | 4   | 1   | 1   | 1   | 2   | 1   | 2   | 3   | 1   | 3   | 2   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 1   | 3   | 89  |    |   |    |
| 27    | 2  | 2  | 1  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3   | 3   | 3   | 4   | 1   | 2   | 3   | 3   | 1   | 2   | 1   | 3   | 2   | 3   | 3   | 1   | 2   | 3   | 4   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 4   | 86  |    |   |    |
| 28    | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 3  | 2  | 1  | 4  | 4   | 2   | 4   | 3   | 2   | 4   | 4   | 4   | 1   | 2   | 1   | 3   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 1   | 3   | 4   | 1   | 1   | 3   | 3   | 2   | 2   | 4   | 91  |    |   |    |
| 29    | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 1  | 2  | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 1   | 3   | 3   | 1   | 2   | 1   | 3   | 2   | 1   | 3   | 1   | 1   | 2   | 1   | 3   | 2   | 2   | 2   | 4   | 3   | 1   | 3   | 77  |    |   |    |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |     |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|-----|----|
| 30 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4  | 90  |    |
| 31 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1  | 81  |    |
| 32 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | 4 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2  | 82  |    |
| 33 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2  | 87  |    |
| 34 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 1 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 1 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2  | 89  |    |
| 35 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 4 | 3 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2  | 91  |    |
| 36 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | 4 | 4 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 1 | 2  | 85  |    |
| 37 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2  | 100 |    |
| 38 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 1 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 4 | 1 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1  | 86  |    |
| 39 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1  | 86  |    |
| 40 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1  | 90  |    |
| 41 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2  | 83  |    |
| 42 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1  | 66  |    |
| 43 | 4 | 1 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2  | 96  |    |
| 44 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2  | 90  |    |
| 45 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 4 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3  | 91  |    |
| 46 | 3 | 1 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2  | 97  |    |
| 47 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 85 |     |    |
| 48 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2  | 87  |    |
| 49 | 2 | 1 | 2 | 4 | 1 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3  | 95  |    |
| 50 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4  | 95  |    |
| 51 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3  | 88  |    |
| 52 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2 | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2  | 2   | 87 |
| 53 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1  | 94  |    |
| 54 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 4 | 3 | 1 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 95 |     |    |
| 55 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2  | 62  |    |
| 56 | 2 | 4 | 1 | 4 | 2 | 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3  | 89  |    |
| 57 | 3 | 4 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2  | 95  |    |
| 58 | 3 | 2 | 1 | 4 | 2 | 4 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 4  | 4   | 89 |
| 59 | 3 | 4 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3  | 102 |    |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4  | 117 |    |
| 61 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2 | 4 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 4 | 4 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3  | 93  |    |
| 62 | 3 | 1 | 1 | 4 | 1 | 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 4 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2  | 90  |    |

|       |    | 90 |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |
|-------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|
| Res p | y1 | y2 | y3 | y4 | y5 | y6 | y7 | y8 | y9 | y10 | y11 | y12 | y13 | y14 | y15 | y16 | y17 | y18 | y19 | y20 | y21 | y22 | y23 | y24 | y25 | y26 | y27 | y28 | y29 | y30 | y31 | y32 | y33 | y34 | y35 | y36 | Tot |    |
| 63    | 3  | 1  | 2  | 3  | 2  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 1   | 2   | 4   | 1   | 2   | 3   | 3   | 3   | 1   | 3   | 4   | 4   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 101 |    |
| 64    | 2  | 1  | 3  | 4  | 1  | 4  | 2  | 2  | 3  | 3   | 4   | 2   | 3   | 1   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 4   | 3   | 3   | 2   | 1   | 2   | 2   | 1   | 3   | 2   | 4   | 2   | 2   | 2   | 87  |    |
| 65    | 3  | 2  | 2  | 4  | 2  | 3  | 2  | 1  | 4  | 4   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 1   | 2   | 3   | 1   | 1   | 3   | 2   | 1   | 2   | 2   | 3   | 1   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 85  |    |
| 66    | 2  | 1  | 1  | 4  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3   | 2   | 4   | 2   | 1   | 3   | 2   | 1   | 1   | 2   | 1   | 3   | 2   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 2   | 4   | 2   | 3   | 3   | 4   | 2   | 1   | 1   | 86  |    |
| 67    | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 1  | 4  | 2   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 1   | 2   | 3   | 3   | 2   | 2   | 3   | 1   | 1   | 1   | 82  |    |
| 68    | 2  | 3  | 1  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3   | 3   | 3   | 4   | 2   | 2   | 4   | 1   | 1   | 4   | 1   | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 1   | 1   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 4   | 1   | 1   | 92  |    |
| 69    | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 1  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 1   | 1   | 4   | 2   | 2   | 4   | 2   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 1   | 91  |    |
| 70    | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 4  | 2  | 3  | 3   | 3   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 3   | 4   | 2   | 4   | 3   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 1   | 1   | 3   | 2   | 3   | 2   | 3   | 4   | 3   | 2   | 94  |    |
| 71    | 2  | 2  | 3  | 3  | 1  | 3  | 2  | 1  | 4  | 4   | 4   | 3   | 4   | 1   | 3   | 4   | 1   | 2   | 4   | 2   | 2   | 4   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 1   | 3   | 2   | 3   | 4   | 3   | 2   | 2   | 2   | 93  |    |
| 72    | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 4  | 3  | 3  | 3   | 3   | 4   | 4   | 2   | 2   | 3   | 3   | 2   | 4   | 2   | 3   | 4   | 3   | 3   | 2   | 4   | 1   | 1   | 4   | 2   | 2   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 98  |    |
| 73    | 3  | 3  | 3  | 2  | 1  | 2  | 4  | 1  | 4  | 2   | 4   | 2   | 4   | 1   | 2   | 4   | 2   | 2   | 4   | 2   | 3   | 4   | 2   | 3   | 3   | 2   | 1   | 1   | 4   | 1   | 2   | 3   | 3   | 2   | 1   | 1   | 88  |    |
| 74    | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 4   | 3   | 1   | 2   | 96  |    |
| 75    | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 4  | 1  | 3  | 4   | 4   | 4   | 3   | 1   | 2   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 2   | 3   | 3   | 1   | 2   | 1   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 2   | 1   | 1   | 97  |    |
| 76    | 2  | 2  | 4  | 2  | 1  | 3  | 3  | 2  | 4  | 3   | 3   | 2   | 4   | 2   | 3   | 3   | 2   | 4   | 3   | 4   | 2   | 3   | 3   | 4   | 1   | 4   | 2   | 1   | 1   | 1   | 2   | 3   | 3   | 1   | 1   | 2   | 90  |    |
| 77    | 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 4  | 1  | 4  | 3   | 4   | 3   | 3   | 1   | 2   | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 4   | 1   | 3   | 3   | 2   | 1   | 2   | 2   | 3   | 4   | 4   | 2   | 2   | 3   | 93  |    |
| 78    | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 4  | 4   | 3   | 4   | 2   | 2   | 3   | 4   | 3   | 4   | 1   | 4   | 3   | 1   | 2   | 2   | 3   | 3   | 2   | 2   | 4   | 1   | 2   | 4   | 4   | 3   | 2   | 2   | 98  |    |
| 79    | 1  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3   | 4   | 2   | 4   | 2   | 2   | 4   | 3   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 2   | 2   | 3   | 93  |    |
| 80    | 1  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 4  | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 4   | 2   | 4   | 3   | 2   | 3   | 2   | 1   | 3   | 2   | 1   | 3   | 2   | 2   | 4   | 4   | 4   | 2   | 2   | 96  |    |
| 81    | 4  | 3  | 3  | 1  | 2  | 4  | 3  | 2  | 3  | 2   | 1   | 1   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 4   | 4   | 4   | 2   | 4   | 4   | 3   | 4   | 3   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 4   | 3   | 3   | 96  |    |
| 82    | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 2  | 2  | 4  | 4  | 2   | 2   | 1   | 2   | 1   | 3   | 4   | 3   | 2   | 1   | 2   | 4   | 3   | 1   | 3   | 2   | 1   | 3   | 3   | 2   | 3   | 4   | 4   | 1   | 3   | 2   | 1   | 90  |    |
| 83    | 1  | 2  | 2  | 1  | 2  | 1  | 2  | 2  | 3  | 2   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 2   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 2   | 1   | 2   | 2   | 1   | 1   | 1   | 2   | 2   | 1   | 1   | 59  |    |
| 84    | 4  | 4  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 4  | 1   | 4   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 4   | 2   | 3   | 2   | 2   | 4   | 1   | 1   | 2   | 1   | 2   | 3   | 1   | 2   | 3   | 4   | 2   | 2   | 4   | 1   | 88  |    |
| 85    | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2   | 2   | 2   | 4   | 1   | 3   | 3   | 4   | 3   | 2   | 2   | 4   | 3   | 1   | 4   | 2   | 4   | 4   | 3   | 1   | 4   | 4   | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 98  |    |
| 86    | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 2  | 3   | 2   | 3   | 4   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 1   | 3   | 3   | 4   | 2   | 3   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 4   | 3   | 3   | 2   | 3   | 97  |    |
| 87    | 4  | 3  | 4  | 4  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4   | 1   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 2   | 2   | 2   | 4   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 1   | 102 |    |
| 88    | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 4   | 2   | 1   | 1   | 1   | 1   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 4   | 1   | 3   | 2   | 4   | 1   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 2   | 2   | 90 |
| 89    | 4  | 4  | 2  | 3  | 3  | 2  | 1  | 4  | 3  | 3   | 1   | 3   | 1   | 2   | 2   | 2   | 4   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 2   | 4   | 2   | 2   | 1   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 4   | 3   | 3   | 91  |    |
| 90    | 4  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 1  | 4  | 4  | 1   | 2   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 1   | 3   | 3   | 2   | 4   | 2   | 3   | 2   | 2   | 2   | 2   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 2   | 1   | 97  |    |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |     |     |    |     |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|-----|----|-----|
| 91  | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1   | 96  |    |     |
| 92  | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3   | 98  |    |     |
| 93  | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3   | 96  |    |     |
| 94  | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2   | 112 |    |     |
| 95  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4   | 114 |    |     |
| 96  | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 1 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4   | 108 |    |     |
| 97  | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 104 |     |    |     |
| 98  | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4   | 105 |    |     |
| 99  | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 95  |     |    |     |
| 100 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4   | 105 |    |     |
| 101 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4   | 2   | 3  | 93  |
| 102 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2   | 3   | 2  | 89  |
| 103 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3   | 119 |    |     |
| 104 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3   | 4   | 4  | 100 |
| 105 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2   | 96  |    |     |
| 106 | 4 | 4 | 1 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2   | 97  |    |     |
| 107 | 4 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3   | 97  |    |     |
| 108 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3   | 96  |    |     |
| 109 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 4 | 4 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2   | 91  |    |     |
| 110 | 3 | 3 | 1 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 4 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3   | 89  |    |     |
| 111 | 4 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2   | 2   | 86 |     |
| 112 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3   | 100 |    |     |
| 113 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 4 | 2 | 1 | 2 | 4 | 1   | 88  |    |     |
| 114 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1   | 1   | 74 |     |
| 115 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2   | 83  |    |     |
| 116 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2   | 77  |    |     |
| 117 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3   | 86  |    |     |
| 118 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 3   | 83  |    |     |
| 119 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3   | 80  |    |     |
| 120 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3   | 75  |    |     |
| 121 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1   | 80  |    |     |
| 122 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3   | 79  |    |     |
| 123 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1   | 2   | 63 |     |



# VALIDITAS

## Profesionalitas Guide

### Item-Total Statistics

|     | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| x1  | 88.03                      | 165.060                        | .134                             | .410                         | .836                             |
| x2  | 88.26                      | 159.737                        | .365                             | .478                         | .830                             |
| x3  | 88.33                      | 158.626                        | .390                             | .408                         | .829                             |
| x4  | 88.52                      | 162.305                        | .242                             | .262                         | .833                             |
| x5  | 88.64                      | 162.943                        | .232                             | .337                         | .833                             |
| x6  | 88.50                      | 159.956                        | .346                             | .499                         | .830                             |
| x7  | 88.57                      | 162.851                        | .206                             | .392                         | .834                             |
| x8  | 88.41                      | 158.096                        | .410                             | .434                         | .828                             |
| x9  | 88.47                      | 157.043                        | .415                             | .497                         | .828                             |
| x10 | 88.93                      | 158.049                        | .392                             | .454                         | .829                             |
| x11 | 88.61                      | 162.844                        | .175                             | .516                         | .836                             |
| x12 | 88.97                      | 156.717                        | .481                             | .459                         | .826                             |
| x13 | 88.48                      | 161.083                        | .300                             | .370                         | .831                             |
| x14 | 88.71                      | 165.054                        | .122                             | .413                         | .836                             |
| x15 | 88.77                      | 158.056                        | .417                             | .597                         | .828                             |
| x16 | 88.57                      | 161.508                        | .283                             | .305                         | .832                             |
| x17 | 88.39                      | 160.440                        | .328                             | .422                         | .831                             |
| x18 | 88.69                      | 160.176                        | .330                             | .458                         | .831                             |
| x19 | 88.91                      | 159.368                        | .353                             | .668                         | .830                             |
| x20 | 88.63                      | 160.341                        | .322                             | .563                         | .831                             |
| x21 | 88.29                      | 160.125                        | .339                             | .596                         | .830                             |
| x22 | 88.25                      | 160.227                        | .335                             | .454                         | .830                             |
| x23 | 88.66                      | 160.682                        | .302                             | .389                         | .831                             |
| x24 | 88.44                      | 166.261                        | .073                             | .323                         | .838                             |
| x25 | 88.94                      | 158.218                        | .393                             | .517                         | .829                             |
| x26 | 88.73                      | 158.532                        | .387                             | .403                         | .829                             |
| x27 | 89.02                      | 159.308                        | .381                             | .470                         | .829                             |
| x28 | 88.59                      | 161.331                        | .282                             | .321                         | .832                             |
| x29 | 88.99                      | 162.007                        | .233                             | .527                         | .833                             |
| x30 | 88.42                      | 157.883                        | .442                             | .439                         | .827                             |
| x31 | 88.51                      | 166.050                        | .088                             | .288                         | .837                             |
| x32 | 88.40                      | 154.819                        | .508                             | .473                         | .825                             |
| x33 | 88.61                      | 158.910                        | .374                             | .378                         | .829                             |
| x34 | 88.48                      | 156.292                        | .481                             | .582                         | .826                             |
| x35 | 88.64                      | 161.776                        | .260                             | .370                         | .833                             |
| x36 | 88.85                      | 158.936                        | .383                             | .517                         | .829                             |

## Kepuasan Konsumen

### Item-Total Statistics

|     | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| y1  | 87.13                      | 110.210                        | .409                             | .527                         | .754                             |
| y2  | 87.12                      | 112.576                        | .278                             | .433                         | .760                             |
| y3  | 87.53                      | 111.056                        | .363                             | .551                         | .756                             |
| y4  | 86.93                      | 114.519                        | .190                             | .358                         | .764                             |
| y5  | 87.42                      | 112.218                        | .318                             | .476                         | .758                             |
| y6  | 86.79                      | 113.360                        | .268                             | .392                         | .760                             |
| y7  | 87.23                      | 112.905                        | .234                             | .490                         | .762                             |
| y8  | 87.65                      | 114.067                        | .204                             | .457                         | .763                             |
| y9  | 86.77                      | 117.009                        | .064                             | .316                         | .769                             |
| y10 | 86.79                      | 115.507                        | .127                             | .389                         | .767                             |
| y11 | 87.22                      | 115.555                        | .119                             | .344                         | .767                             |
| y12 | 86.99                      | 112.705                        | .280                             | .410                         | .760                             |
| y13 | 86.79                      | 114.451                        | .198                             | .362                         | .763                             |
| y14 | 87.56                      | 114.127                        | .189                             | .460                         | .764                             |
| y15 | 87.26                      | 115.053                        | .197                             | .342                         | .763                             |
| y16 | 87.13                      | 114.742                        | .148                             | .328                         | .766                             |
| y17 | 86.67                      | 114.436                        | .186                             | .415                         | .764                             |
| y18 | 87.33                      | 113.268                        | .260                             | .634                         | .760                             |
| y19 | 87.48                      | 114.909                        | .166                             | .586                         | .765                             |
| y20 | 87.41                      | 114.056                        | .218                             | .577                         | .762                             |
| y21 | 87.11                      | 113.505                        | .279                             | .219                         | .760                             |
| y22 | 87.34                      | 115.528                        | .122                             | .593                         | .767                             |
| y23 | 87.45                      | 113.349                        | .245                             | .352                         | .761                             |
| y24 | 87.38                      | 115.137                        | .154                             | .345                         | .765                             |
| y25 | 87.42                      | 114.916                        | .160                             | .337                         | .765                             |
| y26 | 87.34                      | 113.904                        | .221                             | .343                         | .762                             |
| y27 | 87.59                      | 110.619                        | .357                             | .477                         | .756                             |
| y28 | 87.45                      | 112.222                        | .292                             | .377                         | .759                             |
| y29 | 87.23                      | 112.351                        | .251                             | .464                         | .761                             |
| y30 | 87.47                      | 109.378                        | .428                             | .510                         | .752                             |
| y31 | 87.25                      | 110.741                        | .407                             | .469                         | .754                             |
| y32 | 86.99                      | 111.047                        | .385                             | .419                         | .755                             |
| y33 | 86.80                      | 111.302                        | .366                             | .480                         | .756                             |
| y34 | 87.06                      | 111.681                        | .353                             | .402                         | .756                             |
| y35 | 87.53                      | 110.573                        | .398                             | .530                         | .754                             |
| y36 | 87.34                      | 112.414                        | .291                             | .432                         | .759                             |

# RELIABILITAS

## Profesionalitas Guide

### Case Processing Summary

|       |                       | N   | %     |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 150 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | .0    |
|       | Total                 | 150 | 100.0 |

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

### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .835             | .834   | 36         |

### Summary Item Statistics

|                         | Mean  | Minimum | Maximum | Range | Maximum / Minimum | Variance | N of Items |
|-------------------------|-------|---------|---------|-------|-------------------|----------|------------|
| Item Means              | 2.531 | 2.100   | 3.093   | .993  | 1.473             | .055     | 36         |
| Item Variances          | .884  | .748    | 1.164   | .416  | 1.557             | .007     | 36         |
| Inter-Item Correlations | .122  | -.313   | .665    | .978  | -2.122            | .016     | 36         |

### Scale Statistics

| Mean  | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 91.12 | 168.818  | 12.993         | 36         |

## Kepuasan Konsumen

### Case Processing Summary

|       |                       | N   | %     |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 150 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | .0    |
|       | Total                 | 150 | 100.0 |

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

### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .766             | .767   | 36         |

### Summary Item Statistics

|                         | Mean  | Minimum | Maximum | Range | Maximum / Minimum | Variance | N of Items |
|-------------------------|-------|---------|---------|-------|-------------------|----------|------------|
| Item Means              | 2.492 | 2.060   | 3.040   | .980  | 1.476             | .073     | 36         |
| Item Variances          | .844  | .612    | 1.084   | .472  | 1.771             | .009     | 36         |
| Inter-Item Correlations | .084  | -.255   | .618    | .873  | -2.422            | .020     | 36         |

### Scale Statistics

| Mean  | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 89.71 | 118.971  | 10.907         | 36         |

## KORELASI PROFESIONALITAS GUIDE DENGAN KEPUASAN KONSUMEN

**Inter-Item Correlation Matrix**

|                       | Profesionalitas.Guide | Kepuasan.Konsumen |
|-----------------------|-----------------------|-------------------|
| Profesionalitas.Guide | 1.000                 | .258              |
| Kepuasan.Konsumen     | .258                  | 1.000             |

**Correlations**

|                       |                     | Profesionalitas.Guide | Kepuasan.Konsumen |
|-----------------------|---------------------|-----------------------|-------------------|
| Profesionalitas.Guide | Pearson Correlation | 1                     | .258(**)          |
|                       | Sig. (2-tailed)     |                       | .001              |
|                       | N                   | 150                   | 150               |
| Kepuasan.Konsumen     | Pearson Correlation | .258(**)              | 1                 |
|                       | Sig. (2-tailed)     | .001                  |                   |
|                       | N                   | 150                   | 150               |

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

SURAT KETERANGAN

Nomor : SK.15 /018/10/2009

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Paulus Hari Susilo S. Hut  
Jabatan : Kepala Bagian Pendidikan dan Pelatihan

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa saudara yang tersebut dibawah ini :

Nama : Ahmad Jihadi Khoiri  
NIM : 04410095  
Fakultas : Psikologi  
Universitas : Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang  
Judul Skripsi : Hubungan Antara Profesionalitas *Guide* Dengan Kepuasan Konsumen di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata  
Hari/Tanggal : 16 Oktober s/d 18 Oktober  
Pembimbing : Endah Kurniawati, M.Psi

Benar-benar telah melaksanakan penelitian (penggalan data) yang diperlukan, di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada Divisi Agrowisata.  
Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya, dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batu, 18 Oktober 2009  
Kepala Bagian Pendidikan dan Pelatihan

**Paulus Hari Susilo, S.Hut**

## BUKTI KONSULTASI

Nama : Ahmad Jihadi Khoiri  
NIM : 04410095  
Pembimbing : Endah Kurniawati, M.Psi  
Judul Skripsi : Hubungan Antara Profesionalitas *Guide* Dengan Kepuasan  
Konsumen di PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Pada  
Divisi Agrowisata

:

| NO | Tanggal                                     | Materi Konsultasi                        | Tanda Tangan |
|----|---|--|--------------|
| 1  | 19 November 2007<br>s/d 12 Desember<br>2007 | Konsultasi persiapan<br>seminar proposal | 1.           |
| 2  | 13 Desember 2007                            | Seminar proposal                         | 2.           |
| 3  | 23 Februari 2008                            | Konsultasi Bab I, II & III               | 3.           |
| 4  | 25 Februari 2008                            | Revisi bab I                             | 4.           |
| 5  | 11 Maret 2008                               | ACC Bab I                                | 5.           |
| 6  | 20 September 2009                           | Konsultasi Bab II & III                  | 6.           |
| 7  | 23 September 2009                           | Revisi Bab II & III                      | 7.           |
| 8  | 29 September 2009                           | Revisi Bab II & III                      | 8.           |
| 9  | 5 Oktober 2009                              | ACC Bab II & III                         | 9.           |
| 10 | 8 Oktober 2009                              | Konsultasi angket                        | 10.          |
| 11 | 10 Oktober 2009                             | Revisi angket                            | 11.          |
| 12 | 15 Oktober 2009                             | ACC angket                               | 12.          |
| 13 | 19 Oktober 2009                             | Konsultasi bab IV & V                    | 13.          |
| 14 | 20 Oktober 2009                             | ACC keseluruhan                          | 14.          |

Malang, 20 Juni 2009

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Psikologi  
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Dr. H. Mulyadi, M.Pd.I  
NIP. 150 206 243