



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**ANALISA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS  
PELAYANAN PADA PT. X DENGAN MENGGUNAKAN  
METODE SERVQUAL**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik**

**SATRIYO UTOMO**

**0706201286**

**FAKULTAS TEKNIK**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI**

**DEPOK**

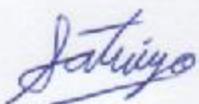
**JANUARI 2010**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Satriyo Utomo**

**NPM : 0706201286**

**Tanda Tangan : **

**Tanggal : Januari 2010**

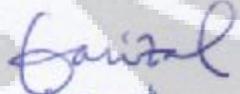
## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Satriyo Utomo  
NPM : 0706201286  
Program Studi : Teknik Industri  
Judul Skripsi : Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada PT. X Dengan Menggunakan Metode Servqual.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Indonesia

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Farizal, Ph. D (  )  
Penguji : Ir. Fauzia Dianawati, MSi (  )  
Penguji : Arian Dhini, ST, MT (  )  
Penguji : Ir. Amar Rachman, MEIM (  )

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : Januari 2010

## KATA PENGANTAR

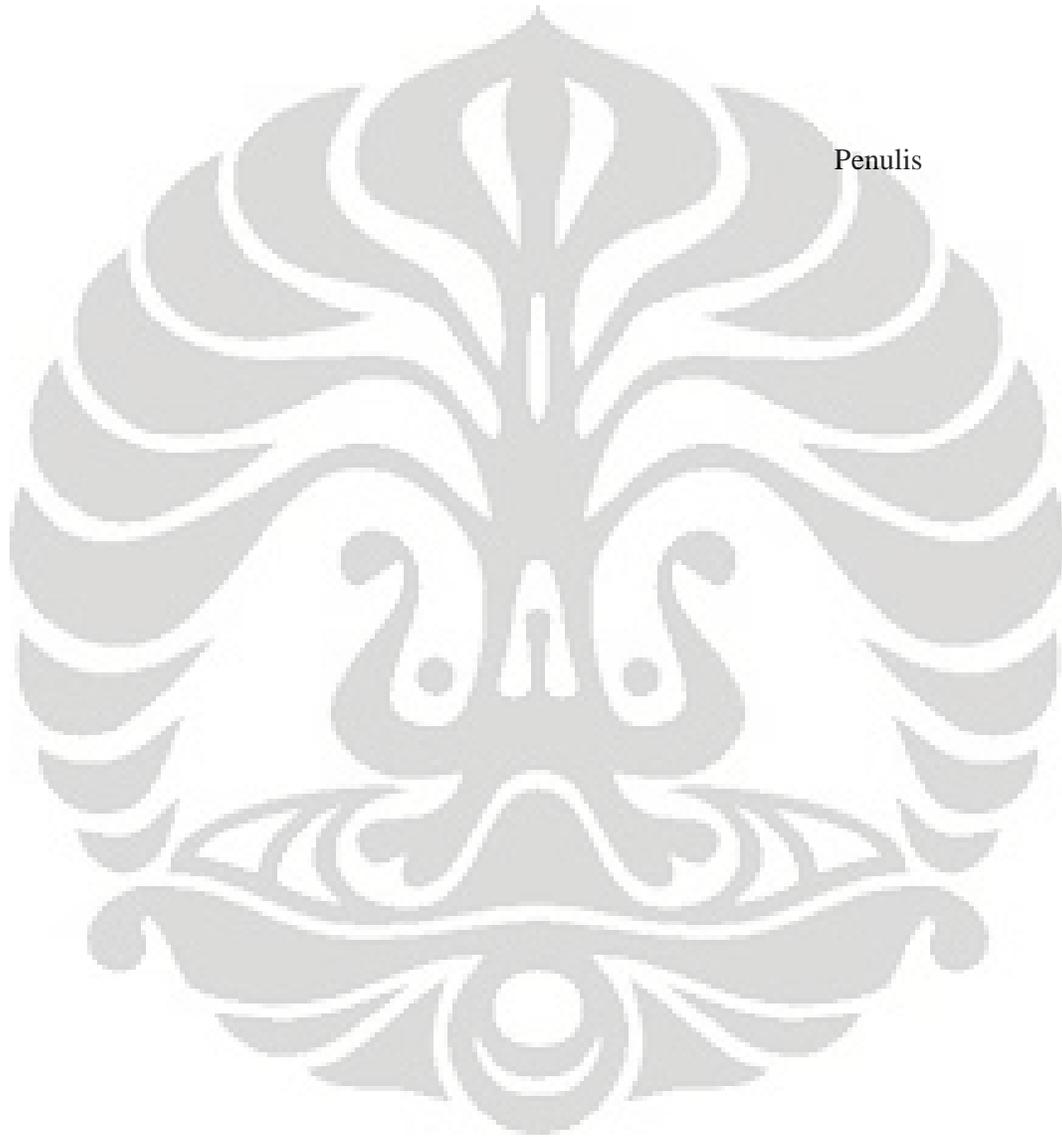
Puji syukur saya panjatkan kepada ALLAH S.W.T, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri pada Fakultas Teknik Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) Bapak Farizal Ph. D selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- (2) Pihak Perusahaan yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan seperti Bapak Nur, Bapak Noorfan, Hartoyo, Avri dan Roy;
- (3) Ayah, Ibu, kakak-kakak serta seluruh keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral;
- (4) Agustina Wulandari yang kucintai dan kusayangi sepenuh hati, yang telah memberikan semangat, pengertian, dukungan, dan perhatian luar biasa. Terima kasih untuk selalu ada;
- (5) Sahabat satu bimbingan serta karyawan UI Ibu Fatimah dan Bapak Dodi yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan;
- (6) Sahabat kerja saya yang telah banyak membantu selama saya menyusun skripsi ini;
- (7) Sahabat kuliah ekstensi saya di FT-TI UI Andi Kurniawan, Muhammad Haris dan Jezen yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini;

Akhir kata, saya berharap ALLAH S.W.T berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 7 Januari 2010

Penulis



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Satriyo Utomo

NPM : 0706201286

Program Studi : Sarjana

Departemen : Teknik Industri

Fakultas : Teknik

Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelayanan Pada PT. X Dengan Menggunakan Metode Servqual.**

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : Januari 2010

Yang menyatakan



(Satriyo Utomo)

## ABSTRAK

Nama : Satriyo Utomo  
Program Studi : Teknik Industri  
Judul : Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada PT. X Dengan Menggunakan Metode Servqual

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan pada perusahaan penyedia barang dan jasa (trading company PT. X) terhadap para pelanggannya. Sehubungan dengan meningkatnya komplain dari para pelanggan ke dalam perusahaan, maka harus dilakukan tindakan yang cepat dan akurat untuk mengurangi tingkat komplain.

Untuk mengetahui sejauh mana & hal-hal apa saja yang membuat pelanggan menjadi komplain, sehingga menyebabkan ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan, maka digunakan *metode servqual* untuk mengetahui ekspektasi & persepsi pelanggan terhadap semua atribut-atribut pelayanan yang disajikan dalam kuisisioner yang berbasis metode *servqual*. Hasil akhir dari kuisisioner yang diisi oleh pelanggan adalah dalam bentuk nilai *servqual* yang menunjukkan seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan dan atribut-atribut apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan.

Kata Kunci : komplain, metode *servqual*, ekspektasi dan persepsi, kuisisioner, nilai *servqual*, atribut pelayanan

## ABSTRACT

Name of Student : Satriyo Utomo  
Major Field : Industrial Engineering  
Title of Study : Customer Satisfaction Analysis to Service Quality of PT. X Using Servqual Method

This research is aimed to know how far service quality at supplier goods and service (trading company PT. X) to the its customer. Referring to the increasing of complain from the customer into company, hence must be done action that is quickly and accurate to lessen level of complain.

To know how far & matters that making customer to complain, causing dissatisfaction of customer to service given by the company, hence applied servqual method to know expectation & perception of customer to all service attributes presented in quisioner based on the servqual method. End result from the quisioner that filled by customer is in the form of servqual score showing how big level of customer satisfaction with service given and any kind of attributes influencing level of satisfaction.

Keywords: complain, servqual method, expectation and perception, quisioner, servqual score, service attribute

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR PERSAMAAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Diagram Keterkaitan Masalah .....	2
1.4 Batasan Masalah .....	3
1.5 Metodologi Penelitian.....	3
1.6 Tujuan Penelitian .....	4
1.7 Manfaat Penelitian .....	4
1.8 Sistematika Penulisan .....	4
<b>2. DASAR TEORI.....</b>	<b>6</b>
2.1 Definisi Jasa.....	6
2.1.1 Konsep dan Definisi Jasa.....	7
2.1.2 Karakteristik Jasa .....	7
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.3.1 Pengukuran Kualitas Layanan .....	10
2.2 Kepuasan Pelanggan .....	10
2.2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	10

2.2.2 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	12
2.2.3 Metode Servqual.....	13
2.2.4 Model Kesenjangan atau Gap Kualitas Jasa Servqual .....	15
2.2.5 <i>Servqual Score</i> (Nilai Servqual).....	16
2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	18
2.3.1 Pengumpulan Data dengan Kuesioner.....	18
2.4 Populasi dan Sampel.....	19
2.4.1 Teknik Pengambilan Sampel .....	19
2.4.2 Ukuran Sampel .....	20
2.4.3 Skala Pengukuran .....	21
2.4.3.1 Skala Likert .....	22
2.4.4 Pengujian Instrumen Penelitian.....	23
2.4.4.1 Uji Validitas.....	23
2.2.2.2 Uji Reliabilitas.....	24
<b>3. PENGUMPULAN DATA.....</b>	<b>26</b>
3.1 Profil Perusahaan .....	26
3.2 Konsep Penelitian .....	28
3.3 Lokasi dan Waktu Pengumpulan Data.....	28
3.4 Tahap Penelitian.....	28
3.4.1 Identifikasi Responden .....	29
3.4.2 Penentuan Atribut-Atribut Pelanggan Berdasarkan Dimensi Servqual .....	29
3.4.3 Perancangan Kuisisioner dan Penyebaran Pilot Sampel.....	31
3.4.3.1 Perancangan Kuisisioner .....	31
3.4.3.2 Penyebaran Pilot Sampel .....	33
3.4.4 Uji Reliabilitas, Validitas, dan Penentuan Jumlah Sampel Minimum .....	33
3.4.4.1 Uji Reliabilitas .....	33
3.4.4.2 Uji Validitas.....	34
3.4.4.3 Menentukan Jumlah Sampel Minimum.....	34
3.4.5 Pengumpulan dan Pengolahan Data Hasil Kuesioner .....	35
3.4.5.1 Pengumpulan Data Hasil Kuesioner.....	35

3.4.5.2 Pengolahan Data Hasil Kuesioner.....	40
<b>4. ANALISA DATA .....</b>	<b>52</b>
4.1 Analisa Nilai Persepsi dan Ekspetasi Responden .....	52
4.1.1 Dimensi Bukti Fisik (Tangible).....	53
4.1.2 Dimensi Kehandalan (Reliable) .....	55
4.1.3 Dimensi Daya Tanggap (Responsiveness) .....	57
4.1.4 Dimensi Jaminan (Assurance).....	59
4.1.5 Dimensi Empati (Emphaty).....	61
4.2 Analisa Servqual Score .....	62
4.2.1 Dimensi Bukti Fisik (Tangible).....	64
4.2.2 Dimensi Kehandalan (Reliable) .....	65
4.2.3 Dimensi Daya Tanggap (Responsiveness) .....	66
4.2.4 Dimensi Jaminan (Assurance).....	68
4.2.5 Dimensi Empati (Emphaty).....	69
4.3 Analisa Perbandingan Kualitas Pelayanan Setiap Dimensi .....	70
4.4 Analisa Weight Servqual Score .....	73
4.5 Analisa Actual Servqual Score .....	74
<b>5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan .....	77
5.1 Saran.....	78
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Atribut Pelayanan Pelanggan .....	29
Tabel 3.2	Nilai Cronbach Alpha untuk Uji Reliabel Pilot Sample.....	33
Tabel 3.3	Proporsi Jenis Kelamin Responden .....	35
Tabel 3.4	Proporsi Usia Responden .....	36
Tabel 3.5	Proporsi Latar Belakang Pendidikan Responden .....	37
Tabel 3.6	Proporsi Masa Kerja Responden .....	38
Tabel 3.7	Proporsi Jenis Peralatan Instrumentasi Responden .....	38
Tabel 3.8	Proporsi Masa Pemakaian Peralatan Instrumentasi Responden .....	39
Tabel 3.9	Nilai Ekspektasi Atribut Pelayanan Pelanggan .....	41
Tabel 3.10	Nilai Ekspektasi Responden Terhadap Seluruh Dimensi....	43
Tabel 3.11	Nilai Persepsi Atribut Pelayanan Pelanggan .....	44
Tabel 3.12	Nilai Persepsi Responden Terhadap Seluruh Dimensi.....	46
Tabel 3.13	Tingkat Kepentingan untuk 5 (Lima) Dimensi Servqual ....	46
Tabel 3.14	Nilai Servqual untuk Setiap Atribut Pelayanan.....	48
Tabel 3.15	Perhitungan Nilai Servqual Untuk Setiap Dimensi .....	50
Tabel 3.16	Perhitungan Nilai Weight Servqual Untuk Setiap Dimensi	50
Tabel 3.17	Perhitungan Nilai Kualitas Pelayanan Aktual Untuk Setiap Dimensi.....	51
Tabel 4.1	Nilai Ekspektasi Responden Terhadap Seluruh Dimensi....	52
Tabel 4.2	Nilai Persepsi Responden Terhadap Seluruh Dimensi .....	53
Tabel 4.3	Nilai Ekspektasi dan Persepsi Responden untuk Dimensi Tangible .....	53
Tabel 4.4	Nilai Ekspektasi dan Persepsi Responden untuk Dimensi Reliable.....	56
Tabel 4.5	Nilai Ekspektasi dan Persepsi Responden untuk Dimensi Responsiveness.....	58
Tabel 4.6	Nilai Ekspektasi dan Persepsi Responden untuk Dimensi Assurance .....	60
Tabel 4.7	Nilai Ekspektasi dan Persepsi Responden untuk Dimensi Emphaty.....	61
Tabel 4.8	Nilai Servqual untuk Dimensi Tangible .....	63
Tabel 4.9	Nilai Servqual untuk Dimensi Reliable.....	65
Tabel 4.10	Nilai Servqual untuk Dimensi Responsiveness .....	66
Tabel 4.11	Nilai Servqual untuk Dimensi Assurance.....	68
Tabel 4.12	Nilai Servqual untuk Dimensi Emphaty.....	69
Tabel 4.13	Perbandingan Nilai Ekspektasi, Persepsi, dan Servqual setiap dimensi .....	71

Tabel 4.14	Perbandingan Nilai Servqual dan Tingkat Kepentingan Setiap Dimensi.....	72
Tabel 4.15	Weight Servqual Score.....	73
Tabel 4.16	Actual Servqual Score.....	75



## DAFTAR PERSAMAAN

Rumus 2.1	Servqual Score.....	16
Rumus 2.2	<i>Expectation score</i> .....	17
Rumus 2.3	Total Responden.....	17
Rumus 2.4	<i>Perception score</i> .....	17
Rumus 2.5	Jumlah Responden.....	17
Rumus 2.6	jumlah sample minimum yang dianggap valid.....	20
Rumus 2.7	<i>Construct Validity</i> .....	24
Rumus 2.8	Alpha Cronbach.....	25
Rumus 3.1	Jumlah Sample Minimum.....	34
Rumus 3.2	Nilai Ekspektasi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	40
Rumus 3.3	Nilai rata-rata tiap atribut pernyataan.....	40
Rumus 3.4	Nilai Persepsi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa .....	43
Rumus 3.5	Nilai rata-rata tiap atribut pernyataan .....	43
Rumus 3.6	Servqual Score (SS).....	47
Rumus 3.7	Weight Servqual Score (WSS).....	50
Rumus 3.8	Actual Servqual Score (ASS) .....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Keterkaitan Masalah.....	2
Gambar 1.2	Metodologi Penelitian .....	3
Gambar 2.1	Konsep Kepuasan Pelanggan .....	11
Gambar 3.1	Proporsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Gambar 3.2	Proporsi Responden berdasarkan Usia .....	36
Gambar 3.3	Proporsi Responden berdasarkan Latar Belakang Pendidikan .....	37
Gambar 3.4	Proporsi Responden berdasarkan Masa Kerja.....	38
Gambar 3.5	Proporsi Responden berdasarkan Jenis Peralatan Instrumentasi .....	39
Gambar 3.6	Proporsi Responden berdasarkan Masa Pemakaian Peralatan .....	39
Gambar 3.7	Tingkat Kepentingan untuk Masing-Masing Dimensi Servqual.....	47
Gambar 4.3	Nilai Ekspektasi dan Persepsi Responden untuk Dimensi Tangible .....	54
Gambar 4.4	Nilai Ekspektasi dan Persepsi Responden untuk Dimensi Reliable.....	56
Gambar 4.5	Nilai Ekspektasi dan Persepsi Responden untuk Dimensi Responsiveness.....	58
Gambar 4.6	Nilai Ekspektasi dan Persepsi Responden untuk Dimensi Assurance .....	60
Gambar 4.7	Nilai Ekspektasi dan Persepsi Responden untuk Dimensi Emphaty.....	62
Gambar 4.8	Nilai Servqual untuk Dimensi Tangible .....	64
Gambar 4.9	Nilai Servqual untuk Dimensi Reliable.....	65
Gambar 4.10	Nilai Servqual untuk Dimensi Responsiveness .....	67
Gambar 4.11	Nilai Servqual untuk Dimensi Assurance.....	68
Gambar 4.12	Nilai Servqual untuk Dimensi Emphaty.....	70
Gambar 4.13	Perbandingan Nilai Ekspektasi, Persepsi, dan Servqual Setiap dimensi.....	71
Gambar 4.14	Perbandingan Nilai Servqual dan Tingkat Kepentingan Setiap Dimensi.....	72
Gambar 4.15	Weight Servqual Score.....	74
Gambar 4.16	Actual Servqual Score.....	75

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Draft Kuisisioner Servqual Untuk Uji Validitas & Reabilitas Data
Lampiran B	Kuisisioner Servqual
Lampiran C	Nilai Skala Likert Ekspektasi Responden Hasil Kuisisioner
Lampiran D	Nilai Skala Likert Persepsi Responden Hasil Kuisisioner
Lampiran E	Hasil Uji Reliabilitas Dari hasil software SPSS 15

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Pada umumnya manajemen perusahaan *trading company* mengira, bahwa dengan memberikan layanan atau program 'x', konsumen akan puas, loyal dan membeli produk & jasa lebih banyak. Ternyata, tidak semua layanan atau program ketika diberlakukan, akan memuaskan konsumen. Ada kalanya konsumen menganggap layanan itu sebagai keharusan (*must be*) dalam suatu *trading company*. Jika layanan itu ada, mereka tidak meningkat kepuasannya. Sebaliknya, jika tidak ada, mereka tidak puas. Seandainya manajemen *trading company* mengetahui jenis layanan mana termasuk kategori apa, manajemen dapat menghemat banyak pengeluaran dan energi serta dapat menentukan strategi yang lebih baik guna mencapai hasil maksimal. Ada pun *research questions* yang akan dijawab dalam tulisan ini adalah bagaimana peta preferensi konsumen atas fasilitas dan layanan *trading company* yang diukur berdasarkan dimensi *service quality* (*servqual*). Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui fasilitas dan layanan *trading company* yang kurang dapat memberikan kepuasan pada konsumen yang diwujudkan dalam Dimensi *Servqual*.

Penelitian yang dilakukan berdasarkan pada pandangan konsumen tentang *trading company* pada umumnya dan *self assessment* manajemen terhadap perusahaannya sendiri. Dan penelitian ini dilakukan di PT Multi Teknindo Infotronika, sehubungan dengan perusahaan ini sedang melakukan peningkatan kualitas pelayanan terhadap pelanggan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan yang optimal.

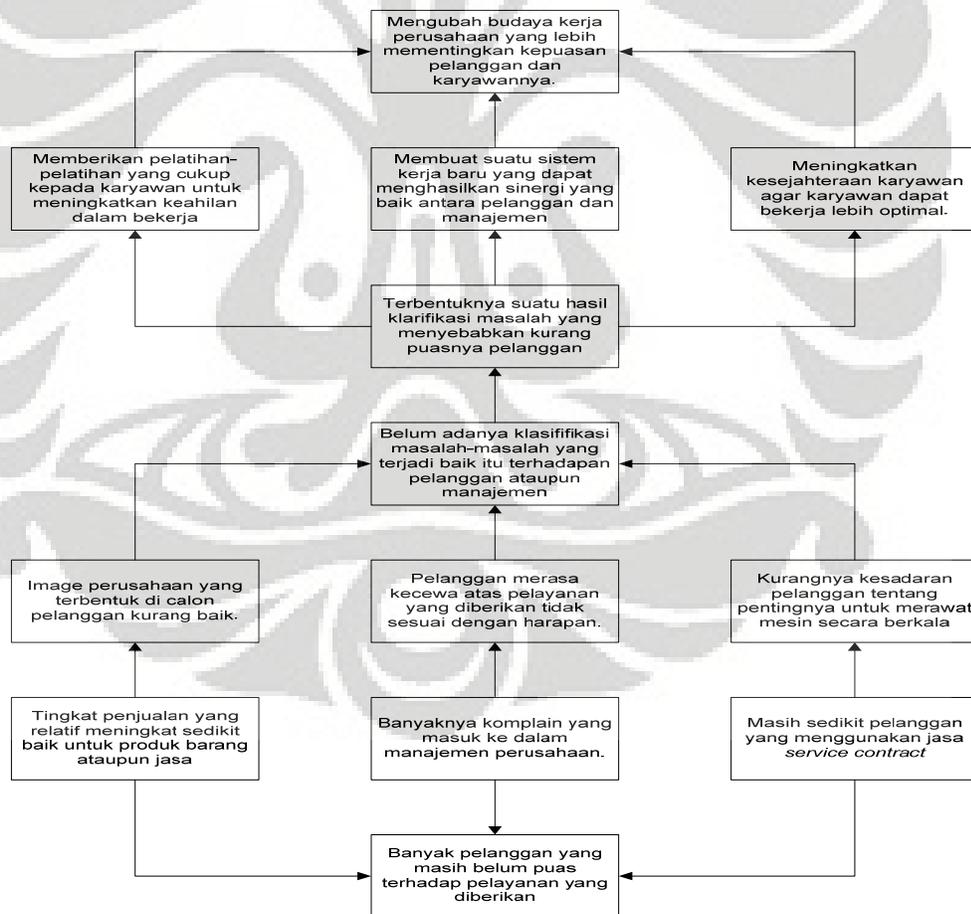
Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada PT. X Dengan Menggunakan Dimensi *Servqual***.

## 1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah

1. Apakah kualitas pelayanan yang diberikan PT Multi Teknindo Infotronika sudah memenuhi kepuasan pelanggan, jika ditinjau dari kinerja manajemen perusahaan yang telah dilakukan terhadap harapan pelanggan?
2. Bagaimana preferensi antara pelanggan dan manajemen tentang atribut-atribut layanan serta perbandingan hasil preferensi pelanggan dan manajemen?

## 1.3 DIAGRAM KETERKAITAN MASALAH



Gambar 1.1. Diagram Keterkaitan Masalah

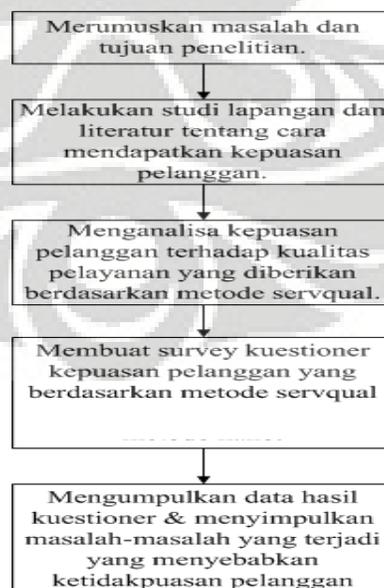
#### 1.4 BATASAN MASALAH

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian dilakukan di PT Multi Teknindo Infotronika.
2. Penelitian difokuskan pada kebutuhan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Multi Teknindo Infotronika.
3. Objek penelitian adalah pelanggan dan manajemen PT Multi Teknindo Infotronika.
4. Kualitas pelayanan yang diberikan PT Multi Teknindo Infotronika dianalisis dengan menggunakan metode servqual.
5. Tidak ada perubahan struktur manajemen pada saat penelitian dilakukan.

#### 1.5 METODOLOGI PENELITIAN

1. Merumuskan masalah dan tujuan penelitian.
2. Melakukan studi lapangan dan literatur tentang cara mendapatkan kepuasan pelanggan.
3. Menganalisa kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan berdasarkan metode servqual.
4. Mengumpulkan data hasil kuesioner & menyimpulkan masalah-masalah yang terjadi yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan



Gambar 1.2. Metodologi Penelitian

## 1.6 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dalam penelitian yang akan penulis teliti adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan PT Multi Teknindo Infotronika kepada pelanggan.
2. Mengidentifikasi fasilitas dan layanan PT Multi Teknindo Infotronika yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan.
3. Mengidentifikasi hasil preferensi pihak pelanggan dan pihak manajemen PT Multi Teknindo Infotronika.

## 1.7 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengembangan sistem kualitas manajemen mutu dalam PT Multi Teknindo Infotronika.
2. Membantu pihak manajemen PT Multi Teknindo Infotronika untuk mengetahui atribut-atribut layanan dan fasilitas yang diharapkan oleh oleh.
3. Dapat memberikan masukan kepada pihak manajemen PT Multi Teknindo Infotronika dalam meningkatkan kualitas layanan.

## 1.8 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memudahkan dalam penyusunan tugas akhir, maka dalam pembuatannya penulis membagi dalam lima bab lanjutan, yaitu :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi judul penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian. Bab ini merupakan penjelasan awal dari identifikasi permasalahan yang diteliti.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan landasan teori-teori dasar tentang masalah penelitian, penjelasan mengenai konsep-konsep dasar mengenai permasalahan yang diangkat serta mendukung penelitian yang akan dilakukan.

**BAB III: PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

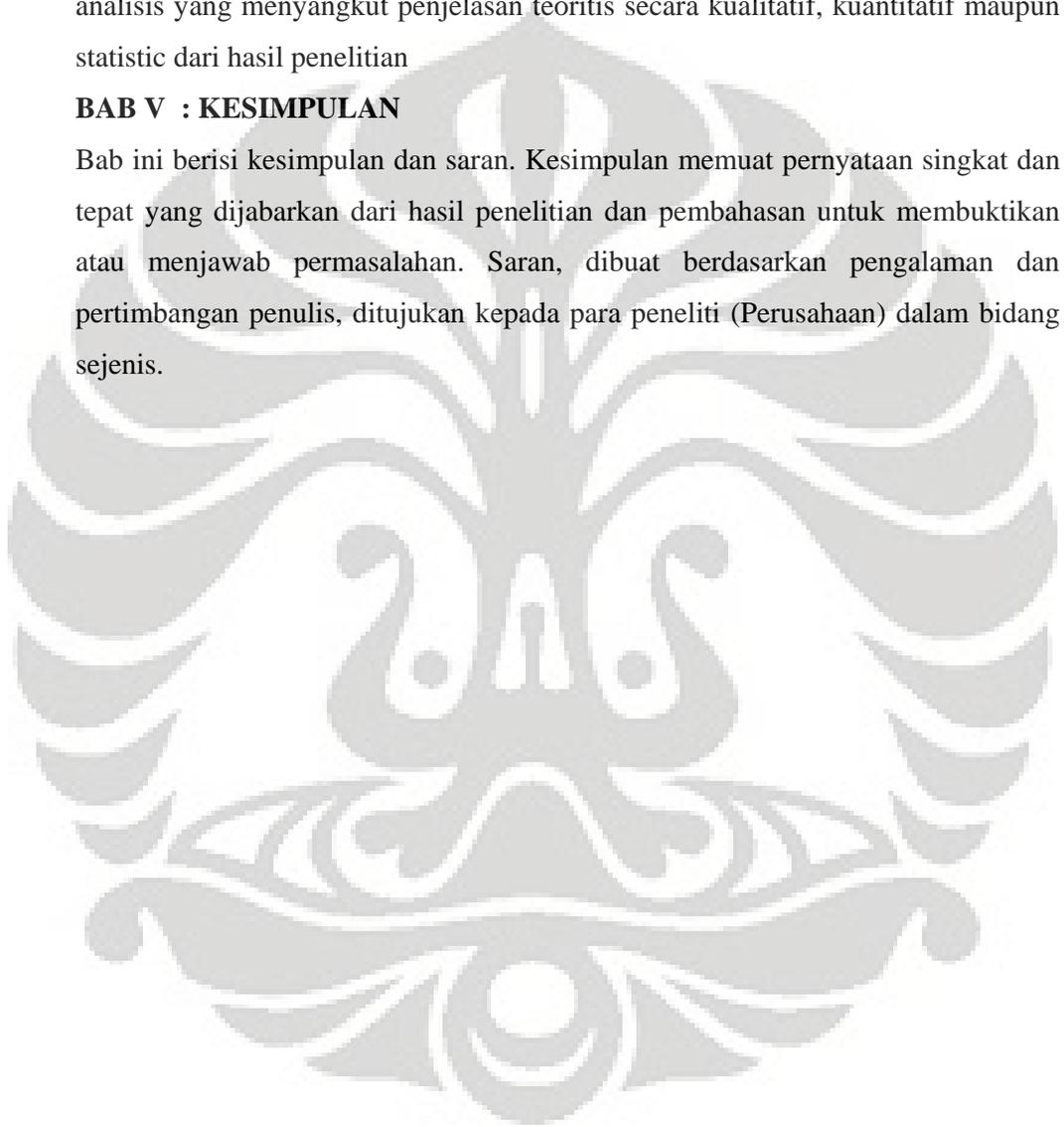
Bab ini berisikan data-data yang diperlukan dalam penelitian, pengolahan data tersebut baik secara langsung maupun tidak dengan bantuan software.

**BAB IV : ANALISA DATA**

Bab ini membahas hasil penelitian berupa tabel hasil pengolahan data, grafik serta analisis yang menyangkut penjelasan teoritis secara kualitatif, kuantitatif maupun statistic dari hasil penelitian

**BAB V : KESIMPULAN**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan memuat pernyataan singkat dan tepat yang dijabarkan dari hasil penelitian dan pembahasan untuk membuktikan atau menjawab permasalahan. Saran, dibuat berdasarkan pengalaman dan pertimbangan penulis, ditujukan kepada para peneliti (Perusahaan) dalam bidang sejenis.



## BAB II DASAR TEORI

### 2.1 DEFINISI JASA

Klasifikasi produk pada umumnya dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satu cara yang banyak digunakan adalah klasifikasi berdasarkan daya tahan atau berwujud suatu produk. Menurut Fandy Tjiptono (1996) ada tiga kelompok produk, yaitu :

1. Barang Tahan Lama (*Durable Goods*)

Barang tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya tahan lama dan memiliki unsur ekonomi lebih dari satu tahun. Contohnya : lemari es, rumah, motor, mobil, radio, televisi, mesin cuci dan lain-lain.

2. Barang Tidak Tahan Lama (*Nondurable Goods*)

Barang tidak tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian, dengan kata lain umur ekonominya kurang dari satu tahun. Contohnya : sabun, minuman, makanan ringan, garam, gula, kapur tulis dan lain-lain.

3. Jasa (*Service*)

Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya bengkel reparasi, salon kecantikan, kursus ketrampilan, hotel, rumah sakit, dan sebagainya.

Mengenai pengertian atas definisi Jasa, beberapa ahli mendefinisikan, diantaranya adalah :

*Phillip Kotler* : Adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak : ke pihak : lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa terkait dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik.

*Christian Gronross* : Adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan kerap kali terjadi dalam jasa, sekalipun pihak-pihak yang terlibat mungkin tidak menyadarinya. Selain itu, dimungkinkan ada situasi dimana pelanggan sebagai individu tidak berinteraksi langsung dengan perusahaan jasa.

### 2.1.1 Konsep dan Definisi Jasa

Menurut Kotler (1994) mendefinisikan jasa atau pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak atau pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

Pendapat yang sama juga dilontarkan oleh Sumayang (2003) yang menyatakan bahwa jasa itu adalah sesuatu diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, sehingga jasa merupakan suatu akibat yang dapat dirasakan setelah suatu tindakan dilakukan. Ia juga menyatakan bahwa jasa terdiri dari aktivitas kerja sama yang berupa hubungan sosial antara produsen dan konsumen.

Dengan demikian keluaran dari usaha jasa pada dasarnya tidak berwujud. Jasa juga bukan merupakan barang, jasa merupakan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud dan merupakan perbuatan yang ditawarkan oleh satu orang atau kelompok kepada orang lain.

### 2.1.2 Karakteristik Jasa

Berbagai riset dan literatur sering menyebutkan bahwa jasa memiliki karakteristik unik yang dapat membedakannya dari barang atau produk-produk manufaktur. Empat karakteristik yang paling sering dijumpai dalam jasa dan sebagai karakter pembeda dari barang manufaktur lainnya (Payne, 2001 : 9) adalah :

1. *Intangibility*, artinya bahwa jasa tidak memiliki wujud (*intangible*). Tidak seperti produk yang berbentuk : fisik. Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium sebelum dibeli atau digunakan.
2. *Variability*.

Jasa merupakan variabel yang sangat bervariasi karena bergantung pada siapa saja sebagai penyedia dan kapan ia harus disediakan. Hal ini dikarenakan oleh interaksi manusia (karyawan dan konsumen) dengan segala perbedaan harapan dan persepsi yang menyertai interaksi tersebut.

3. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan).

Jasa biasanya dikonsumsi dan diproduksi dalam waktu yang bersamaan. Hal ini tidak berlaku untuk barang fisik yang diproduksi, dibuat, dan disimpan dalam bentuk inventory. Didistribusikan dan dikonsumsi dalam waktu yang tidak bersamaan.

4. *Perishability* (tidak tahan lama).

Jasa tidak mungkin disimpan dalam persediaan. Artinya, jasa tidak bisa disimpan, dijual kembali kepada orang lain, atau dikembalikan kepada produsen jasa, dimana ia membeli jasa. Keberadaan nilai jasa hanya pada suatu periode waktu tertentu ketika jasa tersebut seharusnya digunakan.

Menurut Tjiptono (1997), karakteristik jasa juga mempunyai 4 (empat)

karakter yang sama seperti di atas dengan diuraikan sebagai berikut :

1. *Intangible* (tidak berwujud)

Suatu jasa mempunyai sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen

2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Pada umumnya jasa yang diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian jasa tersebut

3. *Variability* (bervariasi)

Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia jasa, penerima jasa dan kondisi dimana jasa tersebut diberikan.

4. *Perishability* (tidak tahan lama)

Daya tahan suatu jasa tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

Keempat karakteristik utama tersebut dapat juga dinamakan paradigma IVIP (Lovelock & Gummesson, 2004).

### 2.1.3 Kualitas Layanan

Pengertian kualitas menurut Goetsch dan Davis (1994) dalam Yamit (2004) merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Olsen dan Wyckoff (1978) dalam Yamit (2004) mendefinisikan jasa pelayanan adalah sekelompok manfaat yang berdaya guna baik secara eksplisit maupun implisit atas kemudahan untuk mendapatkan barang maupun jasa pelayanan. Menurut Lewis dan Booms (1983) yang dikutip oleh Tjiptono dan Gregorius (2005) kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Kualitas merupakan sesuatu yang diperlukan dalam penyediaan produk atau jasa kepada pelanggan. Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki spesifikasi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga menyebabkan konsumen merasa puas. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, memuaskan kebutuhan pelanggan berarti perusahaan harus memberikan pelayanan berkualitas (*service quality*) kepada pelanggannya.

Ada beberapa definisi yang berbeda mengenai kualitas jasa. Salah satu yang biasa digunakan adalah suatu tingkat dimana suatu jasa atau layanan sesuai dengan kebutuhan atau ekspektasi konsumen (Lewis & Mitchell, 1990. Wisniewski & Donnelly, 1996). Kualitas jasa dapat didefinisikan juga sebagai perbedaan (gap) antara ekspektasi dan persepsi konsumen jasa. Jika ekspektasi melebihi tingkat pelayanan yang diberikan maka persepsi terhadap kualitas dianggap kurang memuaskan, sehingga terjadilah ketidakpuasan konsumen (parasuraman, *et ai*, 1985; Lewis & Mitchell, 1990).

Kualitas jasa adalah tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan dibandingkan dengan kinerja yang dirasakannya. Kualitas merupakan sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar atau sebagai strategi untuk terus tumbuh. Keunggulan suatu produk jasa tergantung dari keunikan serta kualitas

yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

### **2.1.3.1 Pengukuran Kualitas Layanan**

Pengukuran kualitas pada industri jasa sulit sekali dilakukan karena karakteristik jasa pada umumnya tidak tampak. Menurut Gasperz (1997), karakteristik unik dari suatu industri/ pelayanan yang sekaligus membedakannya dari barang antara lain :

1. Pelayanan merupakan output tak berbentuk (*Intangible Output*).
2. Pelayanan merupakan output variabel, tidak standar.
3. Pelayanan tidak dapat disimpan dalam persediaan, tetapi dapat dikonsumsi dalam produksi.
4. Terdapat hubungan langsung dengan pelanggan melalui proses pelayanan.
5. Pelanggan sekaligus merupakan input bagi proses pelayanan yang diterimanya.
6. Keterampilan personil “diserahkan” atau “diberikan” secara langsung kepada pelanggan.
7. Pelayanan tidak dapat diproduksi secara massal.
8. Membutuhkan pertimbangan pribadi yang tinggi dari individu yang memberikan pelayanan.
9. Perusahaan jasa pada umumnya bersifat padat karya.
10. Fasilitas pelayanan berada dekat dengan lokasi pelanggan.
11. Pengukuran efektifitas pelayanan bersifat subjektif.
12. Pengendalian kualitas terutama dibatasi pada pengendalian proses.
13. Pilihan penetapan harga adalah lebih rumit.

## **2.2 KEPUASAN PELANGGAN**

### **2.2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan**

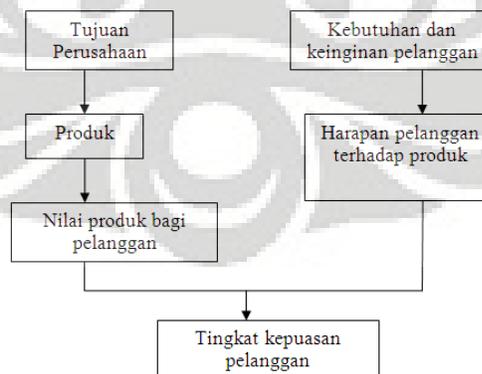
Pada hakekatnya, tujuan bisnis menurut Fandy Tjiptono adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Semua usaha manajemen diarahkan pada satu tujuan utama yaitu kepuasan pelanggan yang mengakibatkan

kunjungan pelanggan. Apapun yang dilakukan manajemen tidak ada gunanya apabila akhirnya tidak menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan.

Sejumlah pakar mendefinisikan apa yang disebut kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan pelanggan akibat dari respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian dan kinerja aktual produk yang dirasakan oleh pemakaiannya. Richard Oliver (1997) dalam James G. Barnes (2003) mendefinisikan kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan dibawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan.

Kotler (1997) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Dari definisi tersebut diatas maka terdapat kesamaan, yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan atau kinerja hasil yang dirasakan). Persepsi pelanggan terhadap kepuasan merupakan penilaian subjektif dari hasil yang diperolehnya. Harapan pelanggan merupakan referensi standar kinerja pelayanan, dan seringkali diformulasikan berdasarkan keyakinan pelanggan tentang apa yang akan terjadi. Secara konseptual kepuasan pelanggan dapat digambarkan pada gambar 2.1<sup>1</sup> sebagai berikut :



Gambar 2.1 Konsep Kepuasan pelanggan

<sup>1</sup> Fandy Tjiptono (1997), Strategi Pemasaran. Jogyakarta : Penerbit Andi Offset, p.28

### 2.2.2 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kotler (1996) dalam Tjiptono (1997) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut :

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Dalam sistem ini media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis, saluran telepon bebas pulsa, *website*, dll. Berdasarkan karakteristiknya, metode ini bersifat pasif, karena perusahaan menunggu inisiatif pelanggan untuk menyampaikan keluhan atau pendapat. Oleh karena itu, sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan mengenai cara ini semata.

2. *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

3. *Lost Customer Analysis*

Metode ini dilakukan dengan cara menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/ penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei kepuasan pelanggan

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatiannya terhadap para pelanggannya.

### 2.2.3 Metode Servqual

Untuk mendefinisikan kualitas jasa dan mengukur dimensi kualitas pelayanan Jasa, Parasuraman pada tahun 1988, telah memperkenalkan sebuah metode dengan nama metode *Servqual*. Pada awalnya, Parasuraman mengidentifikasi 10 (sepuluh) dimensi utama dalam sebuah kualitas pelayanan yaitu :

1. *Reliability*; handal dan konsisten dalam kinerja, misalnya janji yang ditepati, mutu produk, kebersihan produk, jam buka, bekerja tidak sambil ngobrol.
2. *Responsiveness*; siap dan ulet untuk melayani, misalnya respon staf yang cepat dan kreatif terhadap permintaan atau permasalahan yang dihadapi konsumen.
3. *Competence*; memiliki kemampuan dan keahlian yang sesuai, misalnya staf terampil dalam bekerja, menguasai produk *knowledge*.
4. *Access*; mudah dan dekat untuk dihubungi, misalnya staf mudah ditelpon, manajer mudah ditemui, konsumen tidak lama menunggu.
5. *Courtesy*; kesopansantunan karyawan atau penyedia jasa pelayanan, misalnya kesopanan staf.
6. *Communication*; komunikasi dengan pelanggan, misalnya bahasa yang dapat dimengerti, informasi yang tepat tentang layanan.
7. *Credibility*; kredibilitas, misalnya kejujuran, dapat dipercaya.
8. *Security*; keamanan dan terbebas dari bahaya, misalnya konsumen merasa bebas dari bahaya, resiko atau keraguan, tidak bahaya, merasa aman secara fisik dan finansial.
9. *Customer knowledge*; mengerti kebutuhan pelanggan dan perhatian secara pribadi, misalnya staf memahami kebutuhan pelanggan, hal-hal yang berkaitan dengan perhatian pribadi konsumen.
10. *Tangibles*; fasilitas dan aspek-aspek fisik, misalnya lantai, seragam staf, tata letak barang, interior.

Pada awal tahun 1990 itu, Parasuraman mengidentifikasi ulang dimensi *Servqual* menjadi 5 (lima) dimensi dengan rincian sebagai berikut :

1. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.
2. *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
3. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai, atau penyedia jasa untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. *Assurance* terdiri dari beberapa komponen antara lain kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*) dan sopan santun (*courtesy*).
5. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik. *Empathy* ini terdiri dari komponen *communication* (komunikasi) dan *understanding the customer* (memahami pelanggan).

Kelima dimensi diatas juga biasa dapat disingkat dengan kata *RATER* (*Reliability, Assurance, Tangible, Emphaty, dan Responsiveness*).

#### 2.2.4 Model Kesenjangan atau Gap Kualitas Jasa Servqual

Untuk mengetahui penyebab perbedaan persepsi dalam memberikan kualitas jasa maka Parasuraman, Zeithaml, dan Berry membentuk model kualitas jasa yang mengidentifikasi adanya 5 kesenjangan (gap) yang mengakibatkan kegagalan penyampaian kualitas jasa sebagai berikut :

1. Gap Persepsi Manajemen, yaitu adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Kesenjangan ini terjadi karena kurangnya orientasi penelitian pemasaran, pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan penelitian, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dan pelanggan, komunikasi dari bawah ke atas yang kurang memadai, serta terlalu banyaknya tingkatan manajemen.
2. Gap Spesifikasi Kualitas, yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan terjadi antara lain karena tidak memahami komitmen manajemen terhadap kualitas jasa. Persepsi mengenai ketidaklayakan, tidak memadai ketidaklayakan, tidak memadai standarisasi tugas, dan tidak adanya penyusunan tujuan.
3. Gap Penyampaian Pelayanan, yaitu kesenjangan spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*Service Delivery*). Kesenjangan ini terutama disebabkan oleh faktor-faktor :
  - a. Ambiguitas peran, yaitu sejauh mana pegawai dapat melakukan tugasnya sesuai dengan harapan manajer tetapi memuaskan pelanggan.
  - b. Konflik peran, yaitu sejauh mana pegawai meyakini bahwa mereka dapat memuaskan semua pihak.
  - c. Kesesuaian pegawai dengan tugas yang harus dikerjakan.
  - d. Kesesuaian teknologi yang digunakan pegawai.
  - e. Sistem pengendalian dari atasan, yaitu tidak memadai sistem pengendalian dengan sistem imbalan.
  - f. *Perceived control*, yaitu sejauh mana pegawai merasakan kebebasan atau fleksibilitas untuk menentukan cara pelayanan.

- g. *Team Work*, yaitu sejauh mana pegawai dan manajemen meneruskan tujuan bersama di dalam memuaskan pelanggan secara bersama-sama.
4. Gap komunikasi pemasaran, yaitu kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Ekspektasi pelanggan mengenai kualitas pelayanan dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh perusahaan melalui komunikasi eksternal perusahaan. Kesenjangan ini terjadi karena :
    - a. Tidak memadai komunikasi horizontal.
    - b. Adanya kecenderungan untuk memberikan janji yang berlebihan. Dalam hal ini komunikasi eksternal telah mendistorsi harapan customer.
  5. Gap dalam pelayanan yang dirasakan. Yaitu perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan yang diharapkan oleh pelanggan. Jika keduanya terbukti sama, maka perusahaan akan memperoleh citra dan dampak positif. Namun, bila yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kesenjangan ini akan menimbulkan permasalahan bagi perusahaan.

### 2.2.5 *Servqual Score (Nilai Servqual)*

Nilai *Servqual* (*Servqua Score*) yang dimaksud adalah nilai yang diperoleh untuk menentukan sebuah dimensi kualitas pelayanan, apakah kualitas pelayanan itu bisa dikatakan berkualitas ataupun tidak, sesuai harapan ataupun tidak. Adapun *servqual score* atau nilai *servqual* tersebut dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Servqual Score} = \text{Perception Score} - \text{Expectation Score} \quad 2.1$$

Dimana :

*Expectation Score (ES)*: nilai harapan pelanggan terhadap setiap atribut pelayanan

*Perception Score (PS)*: nilai yang diberikan oleh pelanggan pada setiap pelayanan

*Expectation Score* (ES) adalah nilai harapan para pelanggan dari setiap atribut pelayanan. Untuk menghitung *expectation score* berdasarkan hasil survey, dapat menggunakan rumus :

$$ES = E_{\text{total}} \text{ Responden} / \text{Total Responden} \quad 2.2$$

Dimana:

$$E_{\text{total}} = (E_1 \times 1) + (E_2 \times 2) + (E_3 \times 3) + (E_4 \times 4) + (E_5 \times 5) \quad 2.3$$

$E_1$  = Jumlah responden dengan jawaban tidak penting

$E_2$  = Jumlah responden dengan jawaban kurang penting

$E_3$  = Jumlah responden dengan jawaban penting

$E_4$  = Jumlah responden dengan jawaban penting sekali

$E_5$  = Jumlah responden dengan jawaban sangat penting

Total Responden adalah jumlah sampel atau jumlah total responden dalam sebuah survey.

Kemudian setelah mendapatkan  $E_{\text{total}}$  dicari nilai rata-rata dengan membagi nilai yang diperoleh dari rumus  $E_{\text{total}}$  dengan jumlah responden, maka akan mendapatkan nilai Ekspektasi atau nilai harapan untuk tiap-tiap atribut pelayanan.

Untuk menghitung Nilai Persepsi (*perception score*) dari setiap atribut pelayanan, cara perhitungannya sama dengan cara perhitungan nilai ekspektasi, rumus tersebut dapat dituliskan sebagai berikut :

$$PS = P_{\text{total}} \text{ Responden} / \text{Total Responden} \quad 2.4$$

Dimana:

$$P_{\text{total}} = (P_1 \times 1) + (P_2 \times 2) + (P_3 \times 3) + (P_4 \times 4) + (P_5 \times 5) \quad 2.5$$

$P_1$  = Jumlah responden dengan jawaban tidak penting

$P_2$  = Jumlah responden dengan jawaban kurang penting

$P_3$  = Jumlah responden dengan jawaban penting

$P_4$  = Jumlah responden dengan jawaban penting sekali

$P_5$  = Jumlah responden dengan jawaban sangat penting

Total Responden adalah jumlah sampel atau jumlah total responden dalam sebuah survey.

## 2.3 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Di dalam suatu penelitian diperlukan teknik-teknik untuk pengumpulan data. Ada 4 (empat) teknik pengumpulan data (Iqbal Hasan, 2002 :38) :

### 1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden.

### 2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara kepada responden dan jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam.

### 3. Observasi

Secara luas, observasi atau pengamatan berarti setiap kegiatan untuk melakukan pengujian. Akan tetapi observasi atau pengamatan disini diartikan lebih sempit, yaitu pengamatan dengan menggunakan indera penglihatan yang berarti tidak mengajukan pertanyaan-pertanyaan.

### 2.3.1 Pengumpulan Data dengan Kuesioner

Dalam penelitian survei pemakaian kuesioner merupakan hal penting untuk mengumpulkan data. Analisis data kualitatif dan kuantitatif berdasarkan kuesioner tersebut. Sebenarnya kuesioner yang baik adalah sebuah kuesioner yang mengandung pertanyaan yang baik pula, dalam arti sedemikian sehingga tidak menimbulkan arti yang lain pada diri responden. Pertanyaan-pertanyaan yang ada pada sebuah kuesioner harus jelas dan mudah dimengerti sehingga mengurangi tingkat kesalahan interpretasi responden dalam pengisian kuesioner. Berdasarkan jenis pertanyaan, kuisisioner dapat dibedakan menjadi 4 (empat) macam, yaitu :

1. Pertanyaan tertutup, tertutup yaitu pertanyaan yang telah disertai pilihan jawaban. Responden tinggal memilih salah satu jawaban yang tersedia. Pertanyaan tertutup dapat berupa pertanyaan pilihan berganda atau skala.
2. Pertanyaan terbuka, adalah pertanyaan yang membutuhkan jawaban bebas dari responden. Responden tidak diberi pilihan jawaban tetapi bebas menjawab sesuai dengan apa yang ada dipikirannya.
3. Pertanyaan kombinasi (tertutup dan terbuka), yaitu pertanyaan kombinasi yang telah diberi jawaban tetapi kemudian disertai dengan jawaban terbuka.
4. Pertanyaan semi tertutup, yaitu pertanyaan yang sudah disertai pilihan jawaban namun masih memungkinkan untuk menambahkan jawaban terbuka.

## **2.4 POPULASI DAN SAMPEL**

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian, sedangkan definisi dari sampel adalah himpunan bagian dari populasi.

### **2.4.1 Teknik Pengambilan Sampel**

Ada beberapa alternatif cara pengambilan sampel. Secara umum desain sampel terdiri dari dua macam teknik pengambilan sampel, yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* adalah metode sampling yang setiap anggota populasinya memiliki nilai peluang untuk terpilih menjadi sampel. Sedangkan *non probability sampling* adalah metode sampling yang setiap anggota populasinya tidak memiliki nilai peluang untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Dalam *non probability sampling*, pemilihan unit sampling didasarkan pada pertimbangan atau penilaian subjektif dan tidak ada penggunaan teori probabilitas. Beberapa jenis *non probability sampling* yang sering dijumpai adalah *quota sampling*, *accidental sampling*, *purposive sampling* dan *snowball sampling*.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan sampel secara *non probability sampling* yaitu dengan teknik *judgment sampling*. *Judgment sampling* atau *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan menggunakan *convenience sampling*, dimana semua sampel dapat mempunyai kesempatan yang sama dalam mengisi kuisioner. Misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan jasa transportasi, maka sampel sumber datanya adalah orang-orang yang diidentifikasi pernah menggunakan jasa transportasi yang menjadi objek penelitian. Sampel ini lebih cocok digunakan untuk penelitian kualitatif.

#### 2.4.2. Ukuran Sampel

Untuk penelitian yang menggunakan teknik sampling non probability sampling, maka ukuran sampel yang ditentukan didasarkan pada penilaian peneliti dan pendapat para ahli. Menurut Bailey dan Supranto (1997:239), ukuran sampel yang paling minimum diambil dalam penelitian yang akan menggunakan analisis statistik adalah 30. Rumus untuk menentukan jumlah sample minimum yang dianggap valid untuk penelitian ini adalah :

$$n_{\alpha} = \left[ \frac{z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{e^2} \right] \quad 2.6$$

Dimana:

$n_{\alpha}$  = Jumlah sample minimum

$z_{\alpha}^2$  = Nilai distribusi normal untuk  $\alpha/2$

$p$  = Proporsi kuisioner yang dianggap benar (0.5)

$q$  = Tingkat kepercayaan (95%)

$q$  = Maksimal penyimpangan nilai rata-rata sampel dari populasi, (Tingkat Ketelitian)

### 2.4.3 Skala Pengukuran

Berdasarkan sifatnya skala pengukuran dapat dibedakan menjadi 4 (empat) macam skala yaitu skala nominal, ordinal, interval dan rasio (Iqbal Hasan, 2002 :72). Berikut ini adalah 4 (empat) macam skala tersebut :

1. Skala Nominal

Skala ini hanya membedakan suatu kategori dengan kategori lainnya dari suatu variabel. Angka-angka yang diberikan pada obyek merupakan label dan tidak diasumsikan adanya tingkatan antara satu kategori dan kategori lainnya dalam satu variabel.

2. Skala Ordinal

Adalah skala yang bertujuan untuk membedakan antara kategori-kategori dalam satu variabel dengan asumsi bahwa ada urutan atau tingkatan skala. Angka-angka ordinal lebih menunjukkan urutan peringkat. Angka-angka tersebut tidak menunjukkan kuantitas absolut, tidak pula memberikan petunjuk bahwa interval antara setiap dua angka itu sama.

3. Skala Interval

Adalah skala suatu variabel yang selain membedakan dan mempunyai tingkatan, juga diasumsikan mempunyai jarak yang pasti antara satu kategori dengan kategori yang lain dalam satu variabel.

4. Skala Rasio

Adalah skala suatu variabel yang selain membedakan dan mempunyai tingkatan serta jarak antara suatu nilai dengan nilai yang lainnya, juga diasumsikan bahwa setiap nilai variabel diukur dari suatu keadaan atau titik yang sama (mempunyai titik nol mutlak). Angka-angka pada skala menunjukkan besaran sesungguhnya dari sifat yang kita ukur.

Berdasarkan penggunaannya, skala pengukuran dapat dibedakan menjadi beberapa jenis. Dalam penelitian ini skala yang digunakan adalah skala likert.

### 2.4.3.1 Skala Likert

Skala likert merupakan jenis skala yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian (fenomena sosial spesifik), seperti sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang. Variabel penelitian yang diukur dengan skala likert ini, dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan titik tolak penyusunan item-item instrumen, bisa berbentuk pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen ini memiliki gradasi dari tinggi (sangat positif) sampai terendah (sangat negatif), yang dinyatakan dalam bentuk kata-kata seperti berikut :

- |                |                   |
|----------------|-------------------|
| a. Sangat baik | a. Sangat penting |
| b. Baik        | b. Penting        |
| c. Cukup baik  | c. Cukup penting  |
| d. Kurang baik | d. Kurang penting |
| e. Tidak baik  | e. Tidak penting  |

Untuk keperluan analisis secara kuantitatif, maka jawaban-jawaban tersebut diberi skala seperti di bawah ini :

- |                                 |   |
|---------------------------------|---|
| a. Sangat baik / Sangat penting | 5 |
| b. Baik / Penting               | 4 |
| c. Cukup baik / Cukup penting   | 3 |
| d. Kurang baik / Kurang penting | 2 |
| e. Tidak baik / Tidak penting   | 1 |

Instrumen penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk *multiple choice* atau *checklist*.

Untuk membuat skala likert dapat digunakan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Kumpulkan sejumlah pernyataan yang sesuai dengan sikap yang akan diukur dan dapat diidentifikasi dengan jelas (positif atau negatif)

- b. Berikan pernyataan-pernyataan tersebut kepada kelompok responden untuk diisi dengan benar.
- c. Respon dari setiap pertanyaan dihitung dengan cara menjumlahkan angka-angka dari setiap pertanyaan serupa, sehingga respon yang berada pada posisi yang sama akan menerima secara konsisten nilai angka yang selalu sama. Misalnya, bernilai 5 (lima) untuk sangat positif dan bernilai 1 (satu) untuk sangat negatif. Hasil hitung akan mendapatkan skor tiap-tiap pernyataan dan skor total, baik untuk setiap responden maupun secara total untuk seluruh responden.

## 2.4.4 Pengujian Instrumen Penelitian

### 2.4.4.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur sesuai dengan apa yang ingin diukur. Hubungan antara suatu pengukuran dengan suatu kriteria biasanya digambarkan dengan nilai korelasi, yang disebut koefisien validitas. Menurut *American Psychological Association* (1985), ada 3 (tiga) tipe validitas, yaitu :

1. *Content Validity*, yaitu uji validitas yang menggunakan pembuktian secara logika yang mengukur sejauh mana isi alat ukur telah mewakili semua aspek kerangka konseptual yang diinginkan. (Sekaran, 1992).
2. *Criterion-Related Validity*, yaitu yang digunakan dalam penelitian ini, adalah validitas yang berkaitan dengan relasi hasil suatu alat tes dengan kriteria yang telah ditentukan. Validitas ini memiliki dua tipe yaitu :
  - a. *Concurrent validity*, yang menunjukkan hubungan antara alat tes dengan keadaan sekarang.
  - b. *Predictive validity*, yang menunjukkan hubungan antara hasil pengukuran dengan keadaan yang akan datang.

Hubungan suatu tes atau pengukuran dengan kriteria biasanya digambarkan dengan nilai korelasi, yang disebut koefisien validitas. Dalam kenyataannya, jarang dijumpai koefisien validitas yang lebih besar dari 0,6 dan koefisien validitas yang berkisar antara 0,3-0,4 dapat dianggap cukup valid.

3. *Construct Validity*, adalah suatu konsep yang dapat dijabarkan berdasarkan suatu konsep teoritis, tetapi tidak dapat diukur secara langsung dan sangat sulit untuk menghindari dari kesalahan pengukuran (*measurement error*). *Construct validity* adalah suatu metode pengujian validitas yang digunakan untuk melihat hubungan antar hasil pengukuran dengan konsep teoritis yang melatar belakanginya. Menurut Kaplan dan Saccuzo (1993), validitas konstruk ditetapkan melalui sederetan aktivitas tentang sesuatu yang akan diukur, yang didefinisikan oleh peneliti. Untuk menghitung validitas ini dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}} \quad 2.7$$

$r_{xy}$  = Koefisien Koreksi

n = Jumlah subject yang dicoba

x = Butir Pertanyaan

y = Faktor yang digunakan dalam peneitian (ke-5 dimensi servqual)

#### 2.4.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, artinya pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang konsisten (*reliable*), dapat memberikan hasil yang relatif sama jika dilakukan pengukuran yang berbeda waktunya. Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik.

Reliabilitas memberikan gambaran sejauh mana suatu pengukuran dapat dipercaya, artinya sejauh mana skor hasil pengukuran terbebas dari kesalahan pengukuran (*measurement error*). Tinggi rendahnya reliabilitas secara empiris ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Secara teoritis besarnya koefisien reliabilitas berkisar antara 0,00-1,00. Besarnya koefisien reliabilitas minimal yang harus dipenuhi oleh suatu alat ukur adalah 0,7 (Kaplan dan Saccuzo, 1993). Disamping itu, walaupun koefisien dapat bertanda positif atau negatif, namun dalam hal reliabilitas, koefisien yang besarnya kurang dari nol

tidak ada artinya karena interpretasi reliabilitas selalu mengacu kepada koefisien yang positif.

Metode-metode perhitungan reliabilitas dapat dikelompokkan berdasarkan sumber-sumber alat pengukuran sebagai berikut :

1. *Test re-test reliability*
2. *Parallel form reliability*
3. *Internal consistency*

Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengevaluasi sumber-sumber variasi dari suatu alat tes yang tunggal. Salah satu caranya adalah dengan mengevaluasi *internal consistency* suatu alat tes dengan membagi tes tersebut ke dalam komponen-komponen dengan cara :

1. *Split Half Method (Spearman Brown Correlation)*
2. *Alpha Cronbach*

Dalam penelitian ini akan digunakan metode *Alpha Cronbach*, yaitu metode perhitungan reliabilitas yang dikembangkan oleh *Cronbach*. Koefisien *Alpha Cronbach* merupakan koefisien reliabilitas yang paling umum digunakan untuk mengevaluasi *internal consistency*. *Alpha Cronbach* dapat diinterpretasikan sebagai koefisien korelasi antara pengujian atau skala tersebut dengan pengujian atau skala yang memiliki jumlah item yang sama. Karena diinterpretasikan sebagai koefisien korelasi, maka nilainya berkisar antara 0 sampai 1 (nilai negative bila item-item tidak berkorelasi positif dan model reliabilitas dilanggar) *Alpha Cronbach* dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$r_{xx} = \left( \frac{K}{K-1} \right) \times \left( 1 - \left[ \frac{\sum ii}{\sum ii - \sum ij} \right] \right) \text{ dimana } i \neq j \quad 2.8$$

$X_{ii}$  &  $X_{ij}$  = Faktor dalam correlation matrix

$n$  = Jumlah subject yang dicoba

$x$  = Butir pertanyaan

$y$  = Faktor yang digunakan dalam penelitian (ke-5 dimensi servqual)

$K$  = Jumlah subjek dalam dimensi

## BAB III PENGUMPULAN DATA

### 3.1 PROFIL PERUSAHAAN

#### a. Perusahaan

PT Multi Teknindo Infotronika (MTI) adalah suatu PMDN (penanaman modal dalam negeri) perusahaan swasta, yang dari tahun ke tahun sudah memperoleh keahlian dan pengalaman di dalam menyediakan solusi total yang terintegrasi kepada pelanggan-pelanggan memerlukan analitis dan perkakas untuk instrumentasi-instrumentasi nanotech untuk berbagai macam industri yang berbeda: minyak & gas, energi, petrokimia, pekerjaan tambang, rumah sakit dan dunia hiburan, pelabuhan udara, penerbangan sipil dan mengkhhususkan aplikasi-aplikasi dalam beberapa industri, institusi laboratorium dan riset.

#### b. Visi

MTI, mitramu yang terpercaya.

#### c. Misi

Kita harus menjadi pilihan pertama pelanggan di dalam penjualan yang berorientasi proyek dari sistem terintegrasi, yang yang didasarkan pada produk-produk instrumentasi elektronika yang profesional dan sistem di dalam kepemilikan kami.

#### d. Karyawan dan Organisasi

MTI mempekerjakan sekitar 30 para profesional dari disiplin-disiplin ilmu yang berbeda, bekerja bersama sebagai suatu regu yang sinergetik di dalam *Commercial, Product Management, Customer Support, Produk Support* dan *Services* sebagai garis depan, yang di-backup dan yang didukung oleh divisi-divisi yang lain di dalam *Logistics, Financial and Accounting*, dan *Human Resources* dan *General Affairs Department*.

#### e. Karyawan dan Organisasi

MTI mewakili dan menjual merek-merek dari produk-produk yang bermutu terbaik profesional, di antaranya:

**1. PANalytical/SPECTRIS X-ray:** the world leader in X-ray diffraction (XRD) and X-ray fluorescence (XRF) analytical X-ray systems:

- XRD, instrumen-instrumen sebagian besar digunakan di dalam laboratorium-laboratorium riset ilmiah dan yang industri untuk menentukan karakteristik-karakteristik struktural dari suatu cakupan luas material dari bahan-bahan yang ada di dalam farmasi, bioteknologi, life sciences, riset bahan-bahan semi penghantar dan penelitian material dan rancang bangun material bangunan.
- XRF, teknologi digunakan untuk mengukur komposisi dan kemurnian bahan-bahan dan sebagian besar diterapkan di dalam pengendalian mutu industri dan kendali proses produksi untuk mengetahui kualitas proses-proses barang yang akan diproduksi di dalam industri seperti batang-batang rel dan pertambangan, bahan-bahan konstruksi, bahan-kimia dan petrokimia.

**2. FEI Electron Optics:** the world-leading supplier of Transmission as well as Scanning Electron Microscopes (TEM and SEM).

**f. Pelayanan**

- “Tidak hanya menjual produk”
- MTI *Customer Support Group* dengan mempunyai Field Service Engineers yang handal dan professional yang telah memiliki pengalaman & pelatihan-pelatihan internasional memastikan bahwa proyek apapun juga akan dikerjakan dengan penuh totalitas dan tanggung jawab yang penuh, hingga pelanggan mendapatkan apa yang mereka harapkan.

**g. Komitmen Kepada Manajemen Kualitas**

Untuk membangun kepercayaan di antara dasar tiga unsur-unsur dari bisnis: *Supplier, Company* dan *Customer*, suatu sistim perbaikan kinerja yang berkesinambungan dikembangkan dan diterapkan di dalam perusahaan memastikan bahwa penjualan dan proyek-proyek diatur, yang

diterapkan dan yang diperlakukan dengan kelas dunia, menyumbangkan mutu dan nilai tambah tidak lebih dari batasan waktu biaya dan kerja keras yang kompetitif kepada pelanggan agar mendapatkan kepuasan yang sejati.

### **3.2 KONSEP PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei tentang ekspektasi dan persepsi para pelanggan yang menggunakan peralatan-peralatan yang disuplai oleh PT Multi Teknindo Infotronika yang tersebar di seluruh Indonesia. Kuisisioner yang disebar kepada para pelanggan PT Multi Teknindo Infotronika yang tersebar di seluruh Indonesia adalah sebagai alat ukur yang berbasis dimensi *servqual* untuk mengukur ekspektasi & persepsi tentang pelayanan jasa servis yang diberikan oleh PT Multi Teknindo Infotronika.

### **3.3 LOKASI DAN WAKTU PENGUMPULAN DATA**

Penulis mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada para pelanggan PT Multi Teknindo Infotronika yang tersebar di seluruh Indonesia dengan metode pengiriman sebagai berikut:

1. Berkunjung langsung ke perusahaan pelanggan untuk pelanggan yang berada di daerah Jabodetabek.
2. Menggunakan sarana surat elektronik atau *e-mail* kepada para pelanggan yang berada di luar daerah Jabodetabek.
3. Menggunakan sarana pos kepada para pelanggan yang berada di luar daerah Jabodetabek yang sarana & prasarana untuk mengakses internet agak terhambat.

Waktu pelaksanaan pengambilan dan pengumpulan data ini dimulai dari pertengahan Oktober 2009 sampai dengan November 2009.

### **3.4 TAHAPAN PENELITIAN**

Secara garis besar penelitian ini terdiri dari 5 (lima) langkah, dengan urutan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi responden.

2. Menentukan atribut ekspektasi dan persepsi pelanggan.
3. Merancang kuisisioner dan menyebarkan pilot sampel.
4. Melakukan uji validitas dan reliabilitas, serta menentukan jumlah sampel minimum
5. Pengumpulan dan pengolahan data hasil kuisisioner.

### 3.4.1 Identifikasi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah para pelanggan-pelanggan yang telah memiliki peralatan instrumentasi elektronik yang disuplai oleh PT Multi Teknindo Infotronika. Pemilihan sampel menggunakan *convenience sampling*, dimana setiap pelanggan memiliki kesempatan yang sama untuk mengisi kuisisioner.

### 3.4.2 Penentuan Atribut-Atribut Pelanggan Berdasarkan Dimensi Servqual

Atribut pelanggan merupakan atribut yang dapat dianalisa, sehingga tujuan penelitian dapat dicapai sesuai dengan yang telah ditetapkan. Atribut-atribut ini merupakan penjabaran dari 5 (lima) dimensi servqual. Pada tahap ini dilakukan identifikasi atribut-atribut harapan dan kepuasan dari pelanggan pengguna peralatan-peralatan instrumentasi analisa yang disuplai oleh PT Multi Teknindo Infotronika.

Tabel 3.1 Atribut Pelayanan Pelanggan

No	Dimensi	Atribut Pelayanan	
1	Dimensi Bukti Fisik (Tangible)	T1	Karyawan PT Multi Teknindo Infotronika yang berhubungan & bertemu langsung kepada pelanggan selalu berpakaian bersih dan rapih
		T2	Divisi product support PT Multi Teknindo Infotronika memiliki media informasi visual bagi kebutuhan pelanggan, seperti poster, brosur, dsb.
		T3	Divisi customer support PT Multi Teknindo Infotronika menggunakan peralatan-peralatan yang lengkap dan sesuai dalam perbaikan.

Tabel 3.1 Atribut Pelayanan Pelanggan (lanjutan)

1	Dimensi Bukti Fisik (Tangible)	T4	Divisi Finance & Administration, serta Logistic PT Multi Teknindo Infotronika memiliki dokumentasi pembukuan keuangan dan pengiriman yang lengkap yang berhubungan dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.
		T5	Divisi Sales PT Multi Teknindo Infotronika memiliki media yang lengkap dan sesuai ketika mempresentasikan produk kepada pelanggan.
2	Dimensi Daya Andal (Reliable)	R6	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan terhadap pelanggan.
		R7	Customer support engineer bekerja secara profesional, terampil dan handal ketika menyelesaikan masalah yang terjadi dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.
		R8	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika yang berhubungan secara langsung maupun tidak kepada pelanggan, menyampaikan pelayanan & perlakuan secara benar.
		R9	Proses pembayaran yang relative mudah, fleksibel, serta memiliki alternative cara pembayaran.
		R10	Penjelasan yang lengkap dan dapat dimengerti oleh pelanggan mengenai masalah yang berkaitan dengan peralatan yang dimiliki oleh pelanggan.
3	Dimensi Daya Tanggap (Responsiveness)	Rs11	Kemudahan dalam menghubungi, apabila terjadi masalah atau hal-hal yang berkaitan dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.
		Rs12	Divisi customer support PT Multi Teknindo Infotronika memberikan pelayanan yang cepat dan tepat terhadap perbaikan peralatan yang dimiliki pelanggan.
		Rs13	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika selalu siap merespon permintaan pelayanan dari pelanggan.

Tabel 3.1 Atribut Pelayanan Pelanggan (lanjutan)

3	Dimensi Daya Tanggap (Responsiveness)	Rs14	Divisi Product Support selalu menginformasikan kepada pelanggan apabila ada hal-hal baru yang dapat memberikan nilai tambah terhadap penggunaan peralatan.
4	Dimensi Jaminan (Assurance)	A15	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika dapat menumbuhkan rasa percaya bagi para pelanggannya.
		A16	Setiap pelanggan merasa aman dan nyaman selama menggunakan peralatan-peralatan yang disuplai oleh PT Multi Teknindo Infotronika.
		A17	Seluruh Karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu berikap ramah dan sopan.
		A18	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan yang berhubungan dengan peralatan yang dimilikinya.
5	Dimensi Empati (Emphaty)	E19	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu mengutamakan kepentingan pelanggan.
		E20	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika dapat memberikan perhatian secara individual terhadap pelanggannya.
		E21	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian.
5	Dimensi Empati (Emphaty)	E22	PT Multi Teknindo Infotronika selalu berusaha memahami kebutuhan pelanggan dengan kotak saran, sms keluhan, e-mail, dsb.

### 3.4.3 Perancangan Kuisiomer dan Penyebaran Pilot Sampel

#### 3.4.3.1 Perancangan Kuisiomer

Kuisiomer yang disusun dibagi menjadi 4 (Empat) bagian, yaitu:

##### 1. Kuisiomer bagian I

Data responden, yaitu data-data mengenai klasifikasi responden, dari mulai jenis kelamin, tingkat pendidikan, jabatan responden dan klasifikasi lainnya.

## 2. Kuisisioner bagian II

Bagian yang ditujukan untuk mengukur ekspektasi atau harapan responden dan bagian untuk mengukur persepsi responden. Pada masing masing bagian ini terdiri dari 24 pernyataan yang mewakili dimensi servqual. Responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap tingkat ekspektasi dan tingkat persepsi yang menggunakan skala likert dengan kisaran 1-5, dengan skala penilaian sebagai berikut:

### Skala Likert untuk Tingkat Ekspektasi Pelanggan

- Sangat Penting = 5
- Penting = 4
- Biasa saja = 3
- Tidak Penting = 2
- Sangat Tidak Penting = 1

### Skala Likert untuk Tingkat Ekspektasi Pelanggan

- Sangat Puas = 5
- Puas = 4
- Biasa saja = 3
- Tidak Puas = 2
- Sangat Tidak Puas = 1

## 3. Kuisisioner bagian III

Kuisisioner bagian III ini terdiri atas 5 (lima) buah pernyataan yang menggambarkan deskripsi dari kelima dimensi jasa servqual. Tujuan dari pengukuran ini adalah mengukur tingkat kepentingan setiap dimensi dengan menggunakan *sum scale*. Responden diminta untuk memberikan penilaian dari setiap pernyataan, dengan jumlah total dari kelima pernyataan tersebut adalah 100.

## 4. Kuisisioner bagian IV

Merupakan bagian kolom kritik atau saran-saran yang ingin disampaikan dengan bahasa yang disesuaikan dengan ekspresi masing-masing responden.

Adapun bentuk atau format kuisioner yang dipakai pada penelitian ini seperti dijelaskan di atas yang telah disusun oleh penulis dapat dilihat pada lampiran A.

### 3.4.3.2 Penyebaran Pilot Sampel

Untuk mengetahui apakah kuisioner tersebut telah cukup baik, dan apakah instruksi dan pernyataan yang diberikan sudah mudah untuk dipahami responden, maka diadakan penyebaran pilot sampel sebanyak 30 kuisioner kepada responden yang telah memakai peralatan yang disuplai oleh PT Multi Teknindo Infotronika dalam jangka waktu minimum 3 tahun. Penyebaran pilot sampel ini juga dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas dari perancangan kuisioner. Jika kuisioner ini dinyatakan valid dan reliabel maka kemudian kuisioner dapat disebar sebanyak jumlah sampel minimum.

## 3.4.4 Uji Reliabilitas, Validitas, dan Penentuan Jumlah Sampel Minimum

### 3.4.4.1 Uji Reliabilitas

Setelah mendapatkan hasil penyebaran pilot sample kuisioner, maka dilakukakan uji reliabilitas. Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi pengukurann dari kuisioner. Pengujian reliabilitas secara kuantitatif dilakukan dengan pendekatan reliabilitas konsistensi internal yaitu dengan metode *alpha cronbach*. Dengan metode *alpha cronbach* ini, kita dapat memperkirakan hubungan atau korelasi antar butir pernyataan yang ada dalam kuisioner sebagai instrumen pada peneitian ini. Sebuah penelitian dianggap reliabel jika memiliki nilai *alpha cronbach* lebih dari 0,7. Untuk menghitung nilai *alpha cronbach*, digunakan software SPSS 15. Berikut hasil uji reliabilitas untuk kuisioner awal:

Tabel 3.2 Nilai Cronbach Alpha untuk Uji Reliabel Pilot Sampel

Atribut	Cronbach's Alpha	N of Items
Ekspektasi	0.9306	30
Perspesi	0.9175	30

Berdasarkan hasil perhitungan software SPSS 15 diatas terlihat bahwa alat tes yang digunakan, yaitu atribut-atribut dalam kuesioner ini cukup reliabel. Reliabel disini menunjukkan konsistensi, keakuratan, dan daya prediksi yang cukup baik, terlihat dari nilai alpha cronbach 0,9306 dan 0,9175, lebih besar dari 0,7 yang merupakan nilai alpha minimal dalam sebuah penelitian. Dasar pengambilan keputusan adalah:

- Jika r alpha hasil > 0.7, maka Ho diterima
- Jika r alpha hasil < 0.7, maka Ho ditolak

#### 3.4.4.2 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan dari kuesioner untuk dapat mengukur kualitas pelayanan, tingkat ekspektasi dan tingkat persepsi dari PT Multi Teknindo Infotronika. Uji yang dilakukan dengan *content validity*, yaitu uji validitas yang meminta pendapat dari para ahli untuk memberikan penilaian terhadap isi kuesioner apakah dapat mengukur secara tepat kualitas pelayan PT Multi Teknindo Infotronika. Dan setelah berdiskusi dengan pihak dari PT Multi Teknindo Infotronika dan dosen pembimbing, maka semua variabel kuesioner penelitian dianggap valid untuk digunakan mendapatkan data primer dari penelitian.

#### 3.4.4.3 Menentukan Jumlah Sampel Minimum

Pertimbangan yang dipakai dalam menentukan jumlah sampel minimum dalam penelitian ini adalah :

1. Proporsi kuisioner yang dianggap benar (p) adalah sebesar 0.5
2. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% dengan menggunakan tabel distribusi normal maka didapat bahwa  $Z\alpha = 1.96$
3. Tingkat ketelitian adalah 10%, maka  $e = 0.1$

$$n_{\alpha} = \left[ \frac{z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{e^2} \right]$$

$$n_{\alpha} = \left[ \frac{1,96^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,1)^2} \right] \quad 3.1$$

$$n_{\alpha} = 96$$

Jumlah kuisisioner minimum yang harus disebar adalah sebanyak 96 kuisisioner, sedangkan pada penelitian ini jumlah kuisisioner yang dapat diolah adalah sebanyak 115 kuisisioner, jumlah ini adalah jumlah pelanggan PT Multi Teknindo Infotronika secara keseluruhan.

### 3.4.5 Pengumpulan dan Pengolahan Data Hasil Kuisisioner

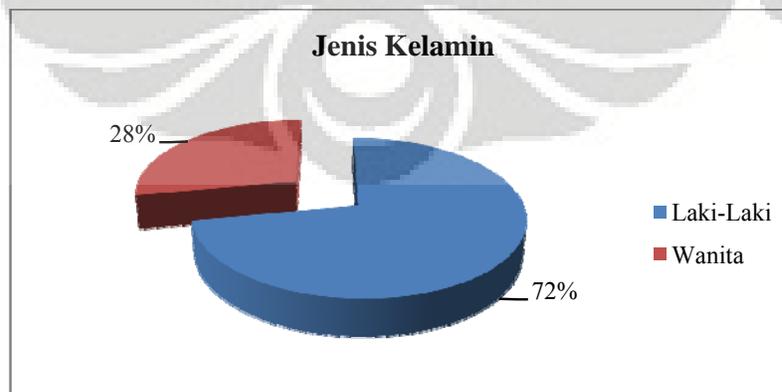
#### 3.4.5.1 Pengumpulan Data Hasil Kuisisioner

Data Responden pada kuisisioner adalah pernyataan-pernyataan tentang data diri pelanggan yang mengisi kuisisioner yang disebar. Bagian ini menjelaskan hasil pengumpulan data responden tersebut, yang penulis bagi menjadi 6 (enam) klasifikasi responden yaitu: jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, lama masa kerja, jenis peralatan yang dimiliki yang disuplai oleh PT multi Teknindo Infotronika dan lama masa menggunakan peralatan yang disuplai oleh PT Multi Teknindo Infotronika.

Grafik berikut menunjukkan proporsi responden berdasarkan jenis kelamin. Dari Grafik 3.1 tersebut dapat dilihat bahwa persentase responden laki-laki lebih besar daripada responden wanita. Responden laki-laki berjumlah 90 orang (72%) sedangkan responden wanita berjumlah 35 orang (28%).

Tabel 3.3 Proporsi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (115 orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	90	72
Wanita	35	28

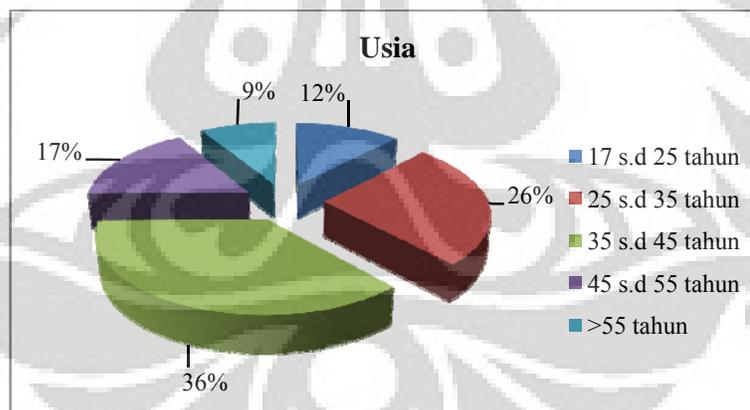


Grafik 3.1 Proporsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 3.4 dan grafik 3.2 berikutnya ini menunjukkan proporsi responden berdasarkan usia, dari diagram dapat dilihat pada grafik 3.2 menunjukkan bahwa presentase responden yang berada pada batas umur 17 s.d 25 tahun berjumlah 14 orang (12%), responden yang berada pada batas umur 25 s.d 35 tahun berjumlah 30 orang (26%), responden yang berada pada batas umur 35 s.d 45 tahun berjumlah 42 orang (36%), responden yang berada pada batas umur 45 s.d 55 tahun berjumlah 19 orang (17%), dan responden yang berada pada batas umur lebih dari 55 tahun berjumlah 10 orang (9%).

Tabel 3.4 Proporsi Usia Responden

Usia	Jumlah Responden (115 orang)	Persentase (%)
17 s.d 25 tahun	14	12
25 s.d 35 tahun	30	26
35 s.d 45 tahun	42	36
45 s.d 55 tahun	19	17
>55 tahun	10	9



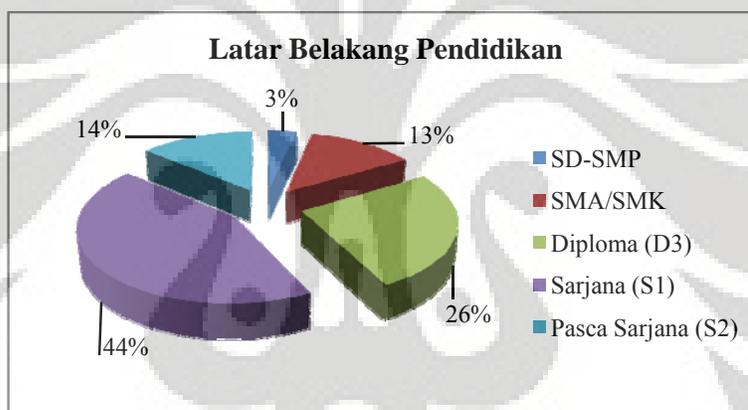
Grafik 3.2 Proporsi Responden berdasarkan Usia

Kemudian tabel 3.5 dan grafik 3.3 adalah tabel data dan gambar grafik responden dengan klasifikasi berdasarkan latar belakang pendidikan. Dari tabel tersebut terlihat bahwa proporsi responden yang berlatar pendidikan Sarjana S1 menduduki angka tertinggi dengan jumlah 50 orang (55%), diikuti oleh Diploma (D3) dengan jumlah 30 (%) dan latar pendidikan Pasca-Sarjana berada pada posisi

ke-3 dengan jumlah 16 orang (25%), sedangkan terendah pada tingkat pendidikan SMA/SMK dengan jumlah 15 orang (%) dan diikuti oleh SD-SMP dengan jumlah 4 (2%).

Tabel 3.5 Proporsi Latar Belakang Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden (115 orang)	Persentase (%)
SD-SMP	4	3
SMA/SMK	15	13
Diploma (D3)	30	26
Sarjana (S1)	50	44
Pasca Sarjana (S2)	16	14

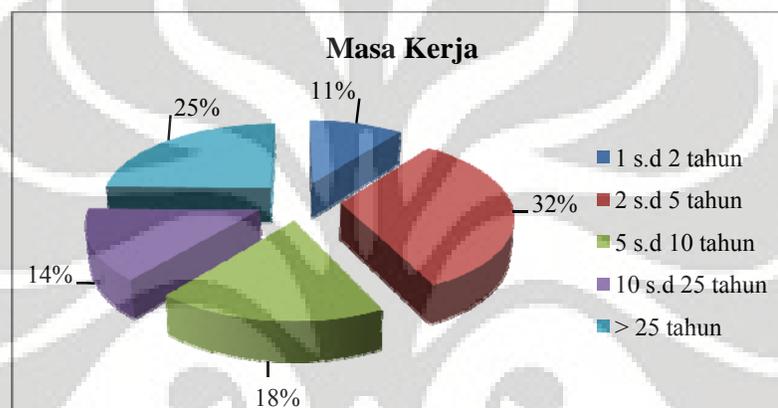


Grafik 3.3 Proporsi Responden berdasarkan Latar Belakang Pendidikan

Klasifikasi responden yang keempat adalah masa kerja responden bekerja untuk perusahaan yang disajikan pada tabel 3.6 dan grafik 3.4. Dari grafik 3.4 tersebut menunjukkan bahwa presentase responden yang masa kerjanya 1 s.d 2 tahun berjumlah 11 orang (12%), responden yang masa kerjanya 2 s.d 5 tahun berjumlah 34 orang (26%), responden yang masa kerjanya 5 s.d 10 tahun berjumlah 19 orang (36%), responden yang masa kerjanya 10 s.d 25 tahun berjumlah 15 orang (17%), dan responden yang masa kerjanya diatas 25 tahun berjumlah 26 orang (9%).

Tabel 3.6 Proporsi Masa Kerja Responden

Masa Kerja	Jumlah Responden (115 orang)	Persentase (%)
1 s.d 2 tahun	11	11
2 s.d 5 tahun	34	32
5 s.d 10 tahun	19	18
10 s.d 25 tahun	15	14
> 25 tahun	26	25

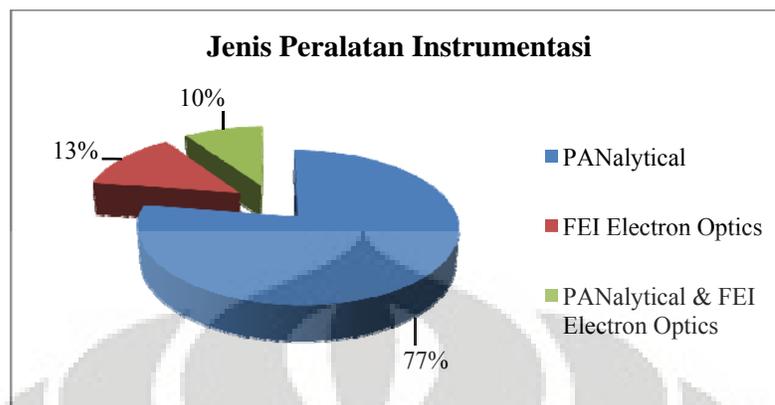


Grafik 3.4 Proporsi Responden berdasarkan Masa Kerja

Pada tabel 3.7 dan grafik 3.5 menunjukkan proporsi responden berdasarkan jenis peralatan instrumentasi yang dimiliki yang disuplai oleh PT Multi Teknindo Infotronika. Dalam hal ini, persentase terbanyak adalah untuk peralatan instrumentasi yang bermerek PANalytical yang menempati urutan pertama dengan jumlah 89 peralatan (77%), diikuti oleh FEI Electron Optics dan gabungan keduanya.

Tabel 3.7 Proporsi Jenis Peralatan Instrumentasi Responden

Jenis Peralatan Instrumentasi	Jumlah Responden (115 orang)	Persentase (%)
PANalytical	89	77
FEI Electron Optics	15	13
PANalytical & FEI Electron Optics	11	10

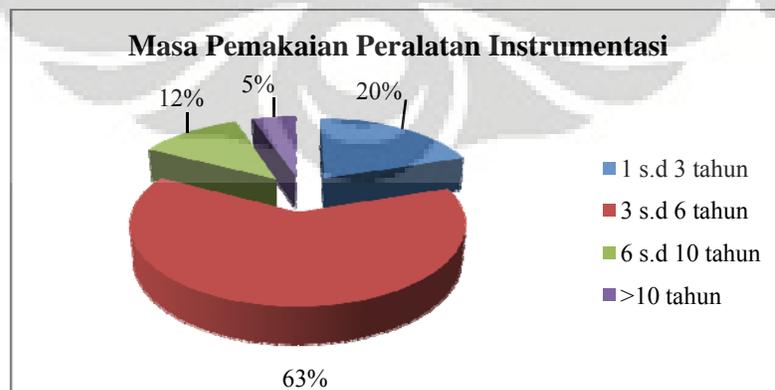


Grafik 3.5 Proporsi Responden berdasarkan Jenis Peralatan Instrumentasi

Proporsi responden yang terakhir adalah berdasarkan lama masa pemakaian peralatan instrumentasi yang ditunjukkan pada tabel 3.8 dan grafik 3.6. Dalam hal ini 3 s.d 6 tahun adalah masa pemakaian yaitu 72 responden (), sedangkan sisanya hampir terbagi rata.

Tabel 3.8 Proporsi Masa Pemakaian Peralatan Instrumentasi Responden

Masa Pemakaian	Jumlah Responden (115 orang)	Persentase (%)
1 s.d 3 tahun	23	20
3 s.d 6 tahun	72	63
6 s.d 10 tahun	14	12
>10 tahun	6	5



Grafik 3.4 Proporsi Responden berdasarkan Masa Pemakaian Peralatan

### 3.4.5.2 Pengolahan Data Hasil Kuisioner

Bagian ini menjelaskan mengenai pengolahan data yang didapatkan dari hasil pengisian kuisioner oleh responden. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan langkah sebagai berikut :

1. Mengukur nilai ekspektasi pelanggan terhadap kinerja pelayanan pada PT Multi Teknindo Infotronika.
  2. Mengukur nilai persepsi pelanggan terhadap kinerja pelayanan di PT Multi Teknindo Infotronika.
  3. Mengukur tingkat kepentingan tiap dimensi.
  4. Mengukur Gap Score Servqual sebagai nilai kualitas pelayanan di PT Multi Teknindo Infotronika
1. Perhitungan Nilai Ekspektasi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa PT Multi Teknindo Infotronika

Perhitungan nilai ekspektasi responden terhadap kualitas pelayanan PT Multi Teknindo Infotronika dilakukan dengan cara menghitung nilai rata-rata bobot penilaian responden dari semua atribut pelayanan maupun dimensi. Rumus yang digunakan untuk mendapatkan nilai total adalah:

$$\text{Nilai } E_{Total} = (E_1 \times 1) + (E_2 \times 2) + (E_3 \times 3) + (E_4 \times 4) + (E_5 \times 5) \quad 3.2$$

dimana ,

$E_1$  = Jumlah responden dengan jawaban tidak penting

$E_2$  = Jumlah responden dengan jawaban kurang penting

$E_3$  = Jumlah responden dengan jawaban penting

$E_4$  = Jumlah responden dengan jawaban penting sekali

$E_5$  = Jumlah responden dengan jawaban sangat penting

Setelah diperoleh nilai total dari rumus diatas, nilai tersebut dibagi dengan jumlah responden.

$$\text{Nilai rata-rata tiap atribut pernyataan} = \text{Nilai Total} / \text{Jumlah Responden} \quad 3.3$$

Tabel 3.9 Nilai Ekspektasi Atribut Pelayanan Pelanggan

No	Dimensi	Atribut Pelayanan		Nilai Ekspektasi
1	Dimensi Bukti Fisik (Tangible)	T1	Karyawan PT Multi Teknindo Infotronika yang berhubungan & bertemu langsung kepada pelanggan selalu berpakaian bersih dan rapih	4.757
		T2	Divisi product support PT Multi Teknindo Infotronika memiliki media informasi visual bagi kebutuhan pelanggan, seperti poster, brosur, dsb.	4.913
		T3	Divisi customer support PT Multi Teknindo Infotronika menggunakan peralatan-peralatan yang lengkap dan sesuai dalam perbaikan.	4.739
		T4	Divisi Finance & Administration, serta Logistic PT Multi Teknindo Infotronika memiliki dokumentasi pembukuan keuangan dan pengiriman yang lengkap yang berhubungan dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	4.983
		T5	Divisi Sales PT Multi Teknindo Infotronika memiliki media yang lengkap dan sesuai ketika mempresentasikan produk kepada pelanggan.	4.843
2	Dimensi Daya Andal (Reliable)	R6	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan terhadap pelanggan.	4.774
		R7	Customer support engineer bekerja secara profesional, terampil dan handal ketika menyelesaikan masalah yang terjadi dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	4.852
		R8	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika yang berhubungan secara langsung maupun tidak kepada pelanggan, menyampaikan pelayanan & perlakuan secara benar.	4.809
		R9	Proses pembayaran yang relative mudah, fleksibel, serta memiliki alternative cara pembayaran.	4.826
		R10	Penjelasan yang lengkap dan dapat dimengerti oleh pelanggan mengenai masalah yang berkaitan dengan peralatan yang dimiliki oleh pelanggan.	4.835

Tabel 3.9 Nilai Ekspektasi Atribut Pelayanan Pelanggan (Lanjutan)

3	Dimensi Daya Tanggap (Responsiveness)	Rs11	Kemudahan dalam menghubungi, apabila terjadi masalah atau hal-hal yang berkaitan dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	4.774
		Rs12	Divisi customer support PT Multi Teknindo Infotronika memberikan pelayanan yang cepat dan tepat terhadap perbaikan peralatan yang dimiliki pelanggan.	4.835
		Rs13	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika selalu siap merespon permintaan pelayanan dari pelanggan.	4.748
		Rs14	Divisi Product Support selalu menginformasikan kepada pelanggan apabila ada hal-hal baru yang dapat memberikan nilai tambah terhadap penggunaan peralatan.	4.817
4	Dimensi Jaminan (Assurance)	A15	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika dapat menumbuhkan rasa percaya bagi para pelanggannya.	4.748
		A16	Setiap pelanggan merasa aman dan nyaman selama menggunakan peralatan-peralatan yang disuplai oleh PT Multi Teknindo Infotronika.	4.817
		A17	Seluruh Karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu berikap ramah dan sopan.	4.791
		A18	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan yang berhubungan dengan peralatan yang dimilikinya.	4.757
5	Dimensi Empati (Empathy)	E19	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu mengutamakan kepentingan pelanggan.	4.783
		E20	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika dapat memberikan perhatian secara individual terhadap pelanggannya.	4.878
		E21	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian.	4.748
		E22	PT Multi Teknindo Infotronika selalu berusaha memahami kebutuhan pelanggan dengan kotak saran, sms keluhan, e-mail, dsb.	4.843

Pada tabel 3.9 diatas, dapat dilihat hasil perhitungan nilai ekspektasi setiap responden terhadap masing-masing atribut pelayanan PT Multi Teknindo Infotronika. Kemudian dilakukan perhitungan terhadap masing-masing dimensi kualitas pelayanan. Dari hasil perhitungan maka didapat nilai ekspektasi seluruh dimensi pada tabel 3.10 sebagai berikut:

Tabel 3.10 Nilai Ekspektasi Responden Terhadap Seluruh Dimensi

No	Dimensi	Nilai Ekspektasi
1	Bukti Fisik (Tangible)	4.847
2	Keandalan (Reliability)	4.819
3	Daya Tanggap (Responsiveness)	4.793
4	Jaminan (Assurance)	4.778
5	Empati (Emphaty)	4.813

2. Perhitungan Nilai Persepsi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa PT Multi Teknindo Infotronika

Perhitungan nilai persepsi responden terhadap kualitas pelayanan PT Multi Teknindo Infotronika dilakukan dengan cara menghitung nilai rata-rata bobot penilaian responden dari semua atribut pelayanan maupun dimensi. Rumus yang digunakan untuk mendapatkan nilai total adalah:

$$\text{Nilai } P_{Total} = (P_1 \times 1) + (P_2 \times 2) + (P_3 \times 3) + (P_4 \times 4) + (P_5 \times 5) \quad 3.4$$

Dimana:

$P_1$  = Jumlah responden dengan jawaban sangat tidak puas

$P_2$  = Jumlah responden dengan jawaban tidak puas

$P_3$  = Jumlah responden dengan jawaban biasa saja

$P_4$  = Jumlah responden dengan jawaban puas

$P_5$  = Jumlah responden dengan jawaban sangat puas

Setelah diperoleh nilai total diatas, nilai tersebut dibagi dengan jumlah responden.

$$\text{Nilai rata-rata tiap atribut pernyataan} = \text{Nilai Total} / \text{Jumlah Responden} \quad 3.5$$

Universitas Indonesia

Tabel 3.11 Nilai Persepsi Atribut Pelayanan Pelanggan

No	Dimensi	Atribut Pelayanan		Nilai Persepsi
1	Dimensi Bukti Fisik (Tangible)	T1	Karyawan PT Multi Teknindo Infotronika yang berhubungan & bertemu langsung kepada pelanggan selalu berpakaian bersih dan rapih	3.878
		T2	Divisi product support PT Multi Teknindo Infotronika memiliki media informasi visual bagi kebutuhan pelanggan, seperti poster, brosur, dsb.	3.600
		T3	Divisi customer support PT Multi Teknindo Infotronika menggunakan peralatan-peralatan yang lengkap dan sesuai dalam perbaikan.	3.739
		T4	Divisi Finance & Administration, serta Logistic PT Multi Teknindo Infotronika memiliki dokumentasi pembukuan keuangan dan pengiriman yang lengkap yang berhubungan dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	3.774
		T5	Divisi Sales PT Multi Teknindo Infotronika memiliki media yang lengkap dan sesuai ketika mempresentasikan produk kepada pelanggan.	3.548
2	Dimensi Daya Andal (Reliable)	R6	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan terhadap pelanggan.	3.591
		R7	Customer support engineer bekerja secara profesional, terampil dan handal ketika menyelesaikan masalah yang terjadi dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	3.452
		R8	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika yang berhubungan secara langsung maupun tidak kepada pelanggan, menyampaikan pelayanan & perlakuan secara benar.	3.487
		R9	Proses pembayaran yang relative mudah, fleksibel, serta memiliki alternative cara pembayaran.	3.313
		R10	Penjelasan yang lengkap dan dapat dimengerti oleh pelanggan mengenai masalah yang berkaitan dengan peralatan yang dimiliki oleh pelanggan.	3.426

Tabel 3.11 Nilai Persepsi Atribut Pelayanan Pelanggan (Lanjutan)

3	Dimensi Daya Tanggap (Responsiveness)	Rs11	Kemudahan dalam menghubungi, apabila terjadi masalah atau hal-hal yang berkaitan dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	3.774
		Rs12	Divisi customer support PT Multi Teknindo Infotronika memberikan pelayanan yang cepat dan tepat terhadap perbaikan peralatan yang dimiliki pelanggan.	3.409
		Rs13	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika selalu siap merespon permintaan pelayanan dari pelanggan.	3.713
		Rs14	Divisi Product Support selalu menginformasikan kepada pelanggan apabila ada hal-hal baru yang dapat memberikan nilai tambah terhadap penggunaan peralatan.	3.548
4	Dimensi Jaminan (Assurance)	A15	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika dapat menumbuhkan rasa percaya bagi para pelanggannya.	3.757
		A16	Setiap pelanggan merasa aman dan nyaman selama menggunakan peralatan-peralatan yang disuplai oleh PT Multi Teknindo Infotronika.	3.504
		A17	Seluruh Karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu berikap ramah dan sopan.	3.643
		A18	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan yang berhubungan dengan peralatan yang dimilikinya.	3.713
5	Dimensi Empati (Empathy)	E19	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu mengutamakan kepentingan pelanggan.	3.896
		E20	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika dapat memberikan perhatian secara individual terhadap pelanggannya.	3.722
		E21	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian.	3.791
		E22	PT Multi Teknindo Infotronika selalu berusaha memahami kebutuhan pelanggan dengan kotak saran, sms keluhan, e-mail, dsb.	4.061

Pada tabel 3.11 diatas, dapat dilihat hasil perhitungan nilai persepsi setiap responden terhadap masing-masing atribut pelayanan PT Multi Teknindo Infotronika. Kemudian dilakukan perhitungan terhadap masing-masing dimensi kualitas pelayanan. Dari hasil perhitungan maka didapat nilai persepsi seluruh dimensi pada tabel 3.12 sebagai berikut:

Tabel 3.12 Nilai Persepsi Responden Terhadap Seluruh Dimensi

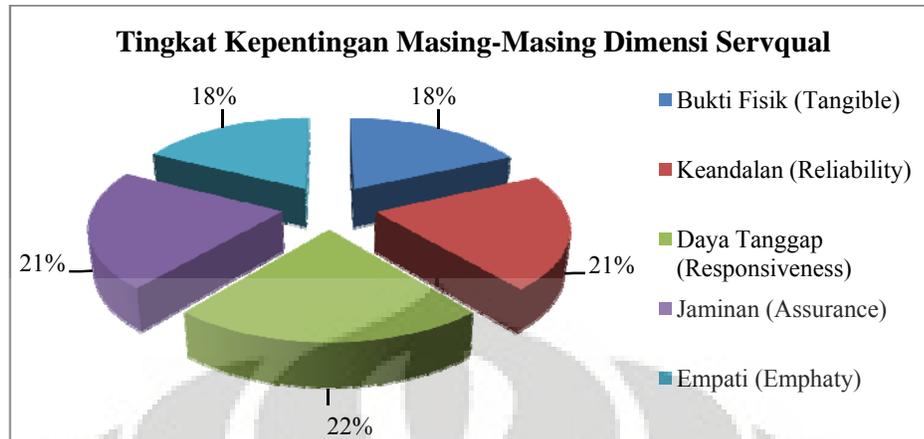
No	Dimensi	Nilai Persepsi
1	Bukti Fisik (Tangible)	3.708
2	Keandalan (Reliability)	3.454
3	Daya Tanggap (Responsiveness)	3.611
4	Jaminan (Assurance)	3.654
5	Empati (Emphaty)	3.867

### 3. Perhitungan Tingkat Kepentingan Setiap Dimensi

Pada bagian ketiga kuisisioner ditujukan untuk menghitung nilai tingkat kepentingan responden yang menggambarkan penjabaran dimensi kualitas pelayanan. Pada bagian ini responden diminta untuk mengalokasikan nilai 100 untuk lima buah pernyataan. Nilai ini diperoleh dengan menghitung rata-rata setiap dimensi dari keseluruhan kuisisioner dalam bentuk persentase. Pada tabel 3.13 dan grafik 3.7 diperlihatkan hasil perhitungan tingkat kepentingan responden.

Tabel 3.13 Tingkat Kepentingan untuk 5 (Lima) Dimensi Servqual

No	Dimensi	Nilai Tingkat Kepentingan Dimensi (%)
1	Bukti Fisik (Tangible)	18.22
2	Keandalan (Reliability)	20.73
3	Daya Tanggap (Responsiveness)	22.18
4	Jaminan (Assurance)	21.32
5	Empati (Emphaty)	17.55



Grafik 3.7 Tingkat Kepentingan untuk Masing-Masing Dimensi Servqual

#### 4. Perhitungan Nilai Kualitas Pelayanan (*Servqual Score*)

Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah Gap Antara Nilai Ekspektasi dan Nilai Persepsi pelanggan. Dalam perhitungan ini akan terlihat kualitas pelayanan yang diberikan selama ini oleh PT Multi Teknindo Infotronika kepada pelanggannya. Dibutuhkan untuk menentukan prioritas perbaikan yang akan dilakukan oleh manajemen atau semua divisi yang ada dalam PT Multi Tekindo Infotronika. Penilaian ini didapatkan dari perhitungan nilai ekspektasi dan nilai persepsi terhadap setiap dimensi. Untuk memperoleh nilai kualitas pelayanan, dapat digunakan beberapa cara dibawah ini, antara lain:

1. Servqual Score (SS), merupakan nilai dari kualitas pelayanan yang dihasilkan dari perhitungan selisih antara nilai ekspektasi dengan nilai persepsi. Dengan rumus dapat dilihat seperti dibawah ini :

$$\text{SERVQUAL Score} = \text{Perception Score} - \text{Expectation Score} \quad 3.6$$

Adapun hasil perhitungan nilai kualitas pelayanan (*servqual score*) berdasarkan hasil pengisian kuisioner oleh responden dapat dilihat pada tabel 3.14 sebagai berikut ini.

Tabel 3.14 Nilai Servqual untuk Setiap Atribut Pelayanan

No	Dimensi	Atribut Pelayanan		Nilai Servqual
1	Dimensi Bukti Fisik (Tangible)	T1	Karyawan PT Multi Teknindo Infotronika yang berhubungan & bertemu langsung kepada pelanggan selalu berpakaian bersih dan rapih	-0.878
		T2	Divisi product support PT Multi Teknindo Infotronika memiliki media informasi visual bagi kebutuhan pelanggan, seperti poster, brosur, dsb.	-1.313
		T3	Divisi customer support PT Multi Teknindo Infotronika menggunakan peralatan-peralatan yang lengkap dan sesuai dalam perbaikan.	-1.000
		T4	Divisi Finance & Administration, serta Logistic PT Multi Teknindo Infotronika memiliki dokumentasi pembukuan keuangan dan pengiriman yang lengkap yang berhubungan dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	-1.209
		T5	Divisi Sales PT Multi Teknindo Infotronika memiliki media yang lengkap dan sesuai ketika mempresentasikan produk kepada pelanggan.	-1.296
2	Dimensi Daya Andal (Reliable)	R6	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan terhadap pelanggan.	-1.183
		R7	Customer support engineer bekerja secara profesional, terampil dan handal ketika menyelesaikan masalah yang terjadi dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	-1.400
		R8	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika yang berhubungan secara langsung maupun tidak kepada pelanggan, menyampaikan pelayanan & perlakuan secara benar.	-1.322
		R9	Proses pembayaran yang relative mudah, fleksibel, serta memiliki alternative cara pembayaran.	-1.513
		R10	Penjelasan yang lengkap dan dapat dimengerti oleh pelanggan mengenai masalah yang berkaitan dengan peralatan yang dimiliki oleh pelanggan.	-1.409

Tabel 3.14 Nilai Servqual untuk Setiap Atribut Pelayanan (Lanjutan)

3	Dimensi Daya Tanggap (Responsiveness)	Rs11	Kemudahan dalam menghubungi, apabila terjadi masalah atau hal-hal yang berkaitan dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	-1.000
		Rs12	Divisi customer support PT Multi Teknindo Infotronika memberikan pelayanan yang cepat dan tepat terhadap perbaikan peralatan yang dimiliki pelanggan.	-1.426
		Rs13	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika selalu siap merespon permintaan pelayanan dari pelanggan.	-1.035
		Rs14	Divisi Product Support selalu menginformasikan kepada pelanggan apabila ada hal-hal baru yang dapat memberikan nilai tambah terhadap penggunaan peralatan.	-1.270
4	Dimensi Jaminan (Assurance)	A15	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika dapat menumbuhkan rasa percaya bagi para pelanggannya.	-0.991
		A16	Setiap pelanggan merasa aman dan nyaman selama menggunakan peralatan-peralatan yang disuplai oleh PT Multi Teknindo Infotronika.	-1.313
		A17	Seluruh Karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu berikap ramah dan sopan.	-1.148
		A18	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan yang berhubungan dengan peralatan yang dimilikinya.	-1.043
5	Dimensi Empati (Empathy)	E19	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu mengutamakan kepentingan pelanggan.	-0.887
		E20	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika dapat memberikan perhatian secara individual terhadap pelanggannya.	-1.157
		E21	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian.	-0.957
		E22	PT Multi Teknindo Infotronika selalu berusaha memahami kebutuhan pelanggan dengan kotak saran, sms keluhan, e-mail, dsb.	-0.783

Pada tabel 3.15 adalah tabel perhitungan Nilai Kualitas Pelayanan (Servqual Score) untuk ke-5 dimensi servqual, yang dihasilkan dari selisih antara nilai di kolom persepsi terhadap nilai di kolom ekspektasi menghasilkan gap nilai (cenderung negatif) yang berada pada kolom Servqual Score.

Tabel 3.15 Perhitungan Nilai Servqual Untuk Setiap Dimensi

No	Dimensi	Nilai Persepsi	Nilai Ekspektasi	Nilai Servqual
1	Bukti Fisik (Tangible)	3.708	4.812	-1.139
2	Keandalan (Reliability)	3.454	4.819	-1.365
3	Daya Tanggap (Responsiveness)	3.611	4.793	-1.183
4	Jaminan (Assurance)	3.654	4.778	-1.124
5	Empati (Emphaty)	3.867	4.813	-0.946

- Weight Servqual Score (WSS) adalah nilai pembobotan hasil dari perkalian nilai kualitas pelayanan yang telah dihitung dengan nilai tingkat kepentingan pengguna jasa pelayanan untuk setiap dimensinya.

$$\text{WSS} = \text{Tingkat kepentingan} \times (\text{Persepsi} - \text{Ekspektasi}) \quad 3.7$$

Dengan memakai rumus diatas dapat dihasilkan hasil perhitungan nilai pembobotan servqual seperti diuraikan pada table 3.16 berikut ini:

Tabel 3.16 Perhitungan Nilai Weight Servqual Untuk Setiap Dimensi

No	Dimensi	Nilai Persepsi	Nilai Ekspektasi	Nilai Servqual	Nilai Tingkat Kepentingan Dimensi	WSS
1	Bukti Fisik (Tangible)	3.708	4.847	-1.139	18.22	-0.283
2	Keandalan (Reliability)	3.454	4.819	-1.365	20.73	-0.262
3	Daya Tanggap (Responsiveness)	3.611	4.793	-1.183	22.18	-0.239
4	Jaminan (Assurance)	3.654	4.778	-1.124	21.32	-0.207
5	Empati (Emphaty)	3.867	4.813	-0.946	17.55	-0.166

3. Actual Servqual Score (ASS), adalah nilai persentase yang dapat dihitung dari perbandingan antara nilai persepsi pelanggan terhadap nilai ekspektasinya atas kinerja aktual pelayanan PT Multi Teknindo Infotronika yang dirasakan oleh para pelanggan. Perhitungan nilai ini dapat dihitung dengan memakai rumus dibawah ini:

$$ASS = (\text{Nilai Persepsi} / \text{Nilai Ekspektasi}) \times 100\% \quad 3.8$$

Pada tabel 3.17 dibawah ini dapat kita lihat tabel perhitungan nilai kualitas dengan menggunakan perhitungan Actual Servqual Score.

Tabel 3.17 Perhitungan Nilai Kualitas Pelayanan Aktual Untuk Setiap Dimensi

No	Dimensi	Nilai Persepsi	Nilai Ekspektasi	ASS (%)
1	Bukti Fisik (Tangible)	3.708	4.847	76
2	Keandalan (Reliability)	3.454	4.819	72
3	Daya Tanggap (Responsiveness)	3.611	4.793	75
4	Jaminan (Assurance)	3.654	4.778	76
5	Empati (Emphaty)	3.867	4.813	80

## BAB IV

### ANALISA DATA

Setelah melakukan penghitungan dan pengolahan dari data hasil survey melalui penyebaran kuisioner pada bab terdahulu, maka penulis perlu melakukan penganalisaan data tersebut untuk kelima dimensi Servqual, baik dimensi bukti fisik (tangibility), keandalan (reliability), daya respon (responsiveness), jaminan (assurance) ataupun dimensi empati (emphaty).

#### 4.1 ANALISA NILAI PERSPEKSI DAN EKSPEKTASI RESPONDEN

Nilai ekspektasi menunjukkan besarnya harapan dari pelanggan terhadap pelayanan PT Multi Teknindo Infotronika. Kepuasan tercapai bila pelayanan yang diberikan sesuai atau melebihi ekspektasi. Dalam kuesioner, 5 (lima) dimensi terbagi dalam setiap atribut dengan nilai ekspektasi dan persepsi masing-masing seperti berikut ini:

Tabel 4.1 Nilai Ekspektasi Responden Terhadap Seluruh Dimensi

No	Dimensi	Nilai Ekspektasi
1	Bukti Fisik (Tangible)	4.847
2	Keandalan (Reliability)	4.819
3	Daya Tanggap (Responsiveness)	4.793
4	Jaminan (Assurance)	4.778
5	Empati (Emphaty)	4.813
Rata-rata		4.81

Sedangkan nilai persepsi menunjukkan penilaian dari pelanggan terhadap performa pelayanan PT Multi Teknindo Infotronika yang mereka rasakan selama ini. Kepuasan akan tercapai apabila nilai persepsi sama atau lebih besar dari nilai ekspektasi. Nilai persepsinya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Nilai Persepsi Responden Terhadap Seluruh Dimensi

No	Dimensi	Nilai Persepsi
1	Bukti Fisik (Tangible)	3.708
2	Keandalan (Reliability)	3.454
3	Daya Tanggap (Responsiveness)	3.611
4	Jaminan (Assurance)	3.654
5	Empati (Emphaty)	3.867
Rata-rata		3.659

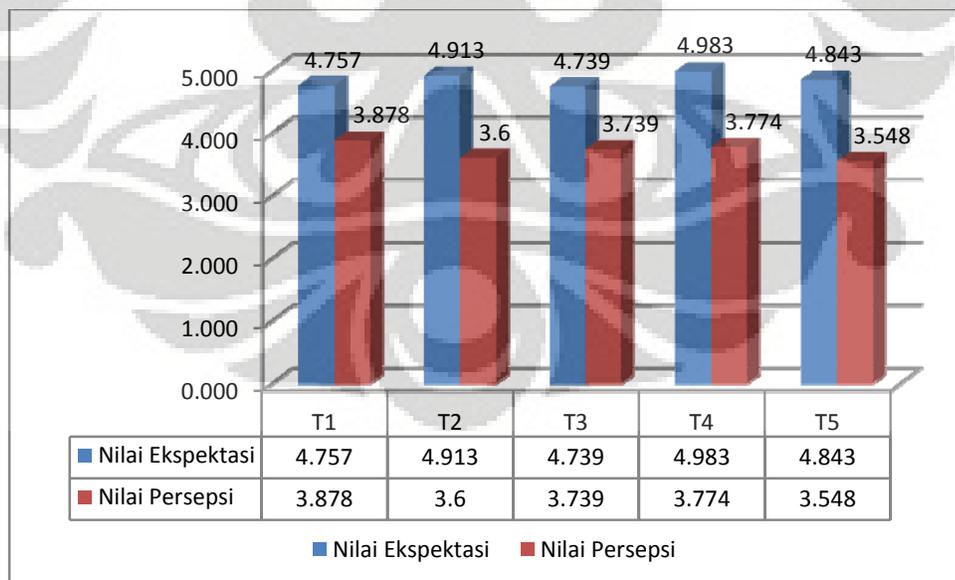
Dari data nilai persepsi dan ekspektasi didapat kesimpulan awal bahwa dari kesemua dimensi ternyata tingkat persepsi masih berada dibawah tingkat ekspektasi pelanggan, yang berarti secara umum kepuasan pelanggan belum tercapai sepenuhnya. Berikut ini akan dibahas nilai persepsi dan ekspektasi setiap atribut kuesioner berdasarkan dimensinya.

#### 4.1.1 Dimensi Bukti Fisik (Tangible)

Pada tabel 4.3 dan grafik 4.3 dapat diketahui nilai ekspektasi dan nilai persepsi responden untuk dimensi bukti fisik (Tangible) berdasarkan hasil pengolahan data kuisioner. Nilai ekspektasi rata-rata adalah sebesar 4,847, sedangkan untuk nilai persepsi rata-rata adalah sebesar 3,708. Hal ini menunjukkan pada dimensi tangible nilai ekspektasi rata-rata lebih besar dari nilai persepsi rata-rata yang berarti pelayanan PT Multi Teknindo Infotronika belum memenuhi ekspektasi pelanggannya.

Tabel 4.3 Nilai Ekspektasi dan Persepsi Responden untuk Dimensi Tangible

No	Atribut Pelayanan	Nilai Ekspektasi	Nilai Persepsi
1	Karyawan PT Multi Teknindo Infotronika yang berhubungan & bertemu langsung kepada pelanggan selalu berpakaian bersih dan rapih	4.757	3.878
2	Divisi product support PT Multi Teknindo Infotronika memiliki media informasi visual bagi kebutuhan pelanggan, seperti poster, brosur, dsb.	4.913	3.600
3	Divisi customer support PT Multi Teknindo Infotronika menggunakan peralatan-peralatan yang lengkap dan sesuai dalam perbaikan.	4.739	3.739
4	Divisi Finance & Administration, serta Logistic PT Multi Teknindo Infotronika memiliki dokumentasi pembukuan keuangan dan pengiriman yang lengkap yang berhubungan dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	4.983	3.774
5	Divisi Sales PT Multi Teknindo Infotronika memiliki media yang lengkap dan sesuai ketika mempresentasikan produk kepada pelanggan.	4.843	3.548
<b>Rata-rata</b>		<b>4.847</b>	<b>3.708</b>



Grafik 4.3 Nilai Ekspektasi dan Persepsi Responden untuk Dimensi Tangible

Pada atribut pelayanan karyawan PT Multi Teknindo Infotronika yang berhubungan & bertemu langsung kepada pelanggan selalu berpakaian bersih dan rapih memiliki nilai ekspektasi 4,757 dan nilai persepsi 3,878.

Pada atribut pelayanan divisi product support PT Multi Teknindo Infotronika memiliki media informasi visual bagi kebutuhan pelanggan, seperti poster, brosur, dsb memiliki nilai ekspektasi 4,913 dan nilai persepsi 3,6.

Pada atribut pelayanan Divisi customer support PT Multi Teknindo Infotronika menggunakan peralatan-peralatan yang lengkap dan sesuai dalam perbaikan memiliki nilai ekspektasi 4,739 dan nilai persepsi 3,739.

Pada atribut pelayanan divisi Finance & Administration, serta Logistic PT Multi Teknindo Infotronika memiliki dokumentasi pembukuan keuangan dan pengiriman yang lengkap yang berhubungan dengan peralatan yang dimiliki pelanggan memiliki nilai ekspektasi 4,983 dan nilai persepsi 3,774.

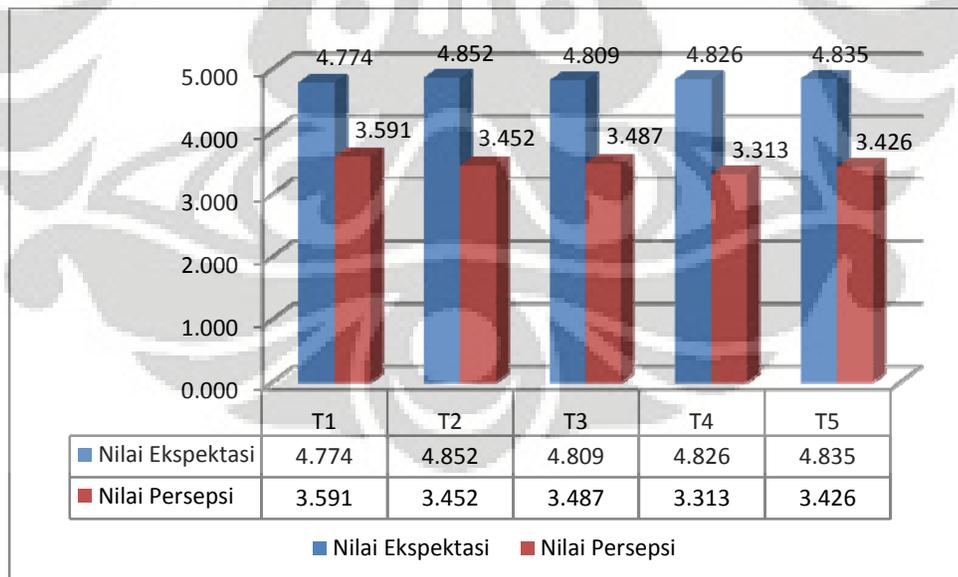
Untuk atribut pelayanan divisi Sales PT Multi Teknindo Infotronika memiliki media yang lengkap dan sesuai ketika mempresentasikan produk kepada pelanggan memiliki nilai ekspektasi 4,843 dan nilai persepsi 3,548.

#### **4.1.2 Dimensi Keandalan (Reliable)**

Pada tabel 4.4 dan grafik 4.4 dapat diketahui nilai ekspektasi dan nilai persepsi responden untuk dimensi keandalan (Reliable) berdasarkan hasil pengolahan data kuisisioner. Nilai ekspektasi rata-rata adalah sebesar 4,819, sedangkan untuk nilai persepsi rata-rata adalah sebesar 3,454. Hal ini menunjukkan pada dimensi Reliable nilai ekspektasi rata-rata lebih besar dari nilai persepsi rata-rata yang berarti pelayanan PT Multi Teknindo Infotronika belum memenuhi ekspektasi pelanggannya.

Tabel 4.4 Nilai Ekspektasi dan Persepsi Responden untuk Dimensi Reliable

No	Atribut Pelayanan	Nilai Ekspektasi	Nilai Persepsi
1	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan terhadap pelanggan.	4.774	3.591
2	Customer support engineer bekerja secara professional, terampil dan handal ketika menyelesaikan masalah yang terjadi dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	4.852	3.452
3	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika yang berhubungan secara langsung maupun tidak kepada pelanggan, menyampaikan pelayanan & perlakuan secara benar.	4.809	3.487
4	Proses pembayaran yang relative mudah, fleksibel, serta memiliki alternative cara pembayaran.	4.826	3.313
5	Penjelasan yang lengkap dan dapat dimengerti oleh pelanggan mengenai masalah yang berkaitan dengan peralatan yang dimiliki oleh pelanggan.	4.835	3.426
<b>Rata-rata</b>		4.819	3.454



Grafik 4.4 Nilai Ekspektasi dan Persepsi Responden untuk Dimensi Reliable

Pada atribut pelayanan seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan terhadap pelanggan. memiliki nilai ekspektasi 4,774 dan nilai persepsi 3,591.

Pada atribut pelayanan customer support engineer bekerja secara professional, terampil dan handal ketika menyelesaikan masalah yang terjadi dengan peralatan yang dimiliki pelanggan memiliki nilai ekspektasi 4,852 dan nilai persepsi 3,452.

Pada atribut pelayanan seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika yang berhubungan secara langsung maupun tidak kepada pelanggan, menyampaikan pelayanan & perlakuan secara benar memiliki nilai ekspektasi 4,809 dan nilai persepsi 3,487.

Pada atribut pelayanan proses pembayaran yang relative mudah, fleksibel, serta memiliki alternative cara pembayaran memiliki nilai ekspektasi 4,826 dan nilai persepsi 3,313.

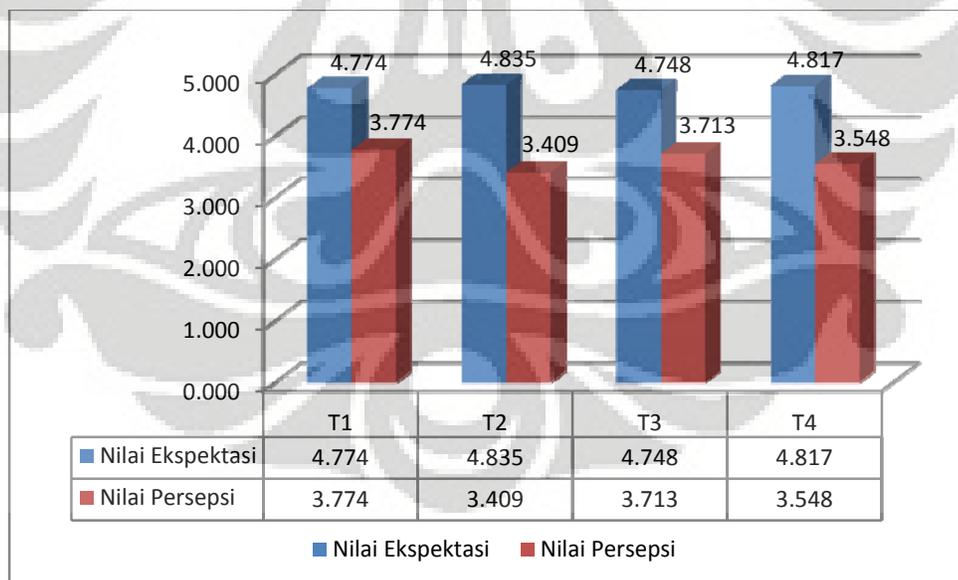
Untuk atribut pelayanan penjelasan yang lengkap dan dapat dimengerti oleh pelanggan mengenai masalah yang berkaitan dengan peralatan yang dimiliki oleh pelanggan memiliki nilai ekspektasi 4,835 dan nilai persepsi 3,426.

#### **4.1.3 Dimensi Daya Tanggap (Responsiveness)**

Pada tabel 4.5 dan grafik 4.5 dapat diketahui nilai ekspektasi dan nilai persepsi responden untuk dimensi daya tanggap (Responsiveness) berdasarkan hasil pengolahan data kuisioner. Nilai ekspektasi rata-rata adalah sebesar 4,794, sedangkan untuk nilai persepsi rata-rata adalah sebesar 3,611. Hal ini menunjukkan pada dimensi responsiveness nilai ekspektasi rata-rata lebih besar dari nilai persepsi rata-rata yang berarti pelayanan PT Multi Teknindo Infotronika belum memenuhi ekspektasi pelanggannya.

Tabel 4.5 Nilai Ekspektasi dan Persepsi Responden untuk Dimensi Responsiveness

No	Atribut Pelayanan	Nilai Ekspektasi	Nilai Persepsi
1	Kemudahan dalam menghubungi, apabila terjadi masalah atau hal-hal yang berkaitan dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	4.774	3.774
2	Divisi customer support PT Multi Teknindo Infotronika memberikan pelayanan yang cepat dan tepat terhadap perbaikan peralatan yang dimiliki pelanggan.	4.835	3.409
3	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika selalu siap merespon permintaan pelayanan dari pelanggan.	4.748	3.713
4	Divisi Product Support selalu menginformasikan kepada pelanggan apabila ada hal-hal baru yang dapat memberikan nilai tambah terhadap penggunaan peralatan.	4.817	3.548
<b>Rata-rata</b>		4.794	3.611



Grafik 4.5 Nilai Ekspektasi dan Persepsi Responden untuk Dimensi Responsiveness

Pada atribut pelayanan kemudahan dalam menghubungi, apabila terjadi masalah atau hal-hal yang berkaitan dengan peralatan yang dimiliki pelanggan memiliki nilai ekspektasi 4,774 dan nilai persepsi 3,774.

Pada atribut pelayanan divisi customer support PT Multi Teknindo Infotronika memberikan pelayanan yang cepat dan tepat terhadap perbaikan peralatan yang dimiliki pelanggan memiliki nilai ekspektasi 4,835 dan nilai persepsi 3,409.

Pada atribut pelayanan seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika selalu siap merespon permintaan pelayanan dari pelanggan memiliki nilai ekspektasi 4,748 dan nilai persepsi 3,713.

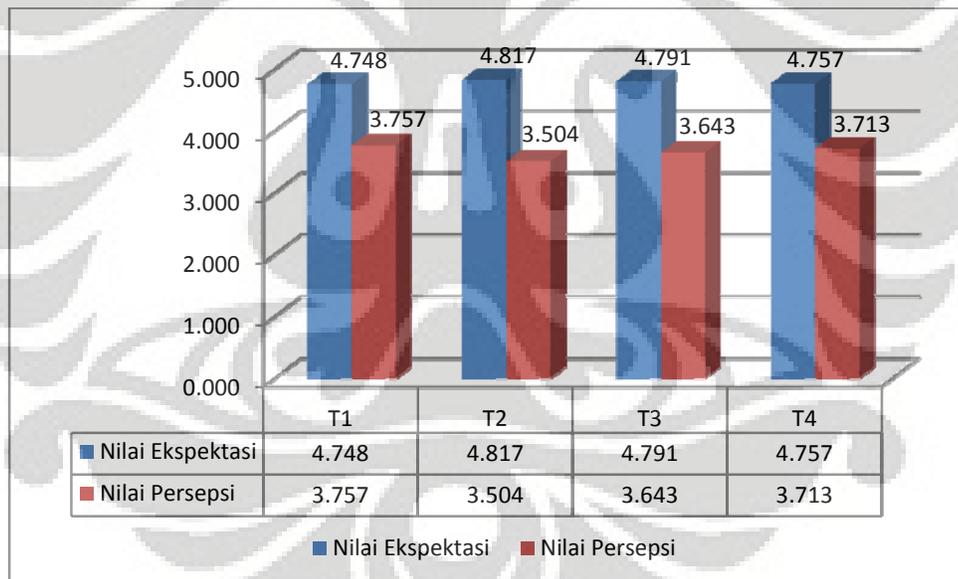
Pada atribut pelayanan divisi Product Support selalu menginformasikan kepada pelanggan apabila ada hal-hal baru yang dapat memberikan nilai tambah terhadap penggunaan peralatan memiliki nilai ekspektasi 4,817 dan nilai persepsi 3,548.

#### **4.1.4 Dimensi Jaminan (Assurance)**

Pada tabel 4.6 dan grafik 4.6 dapat diketahui nilai ekspektasi dan nilai persepsi responden untuk dimensi jaminan (Assurance) berdasarkan hasil pengolahan data kuisioner. Nilai ekspektasi rata-rata adalah sebesar 4,778, sedangkan untuk nilai persepsi rata-rata adalah sebesar 3,654. Hal ini menunjukkan pada dimensi Assurance nilai ekspektasi rata-rata lebih besar dari nilai persepsi rata-rata yang berarti pelayanan PT Multi Teknindo Infotronika belum memenuhi ekspektasi pelanggannya.

Tabel 4.6 Nilai Ekspektasi dan Persepsi Responden untuk Dimensi Assurance

No	Atribut Pelayanan	Nilai Ekspektasi	Nilai Persepsi
1	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika dapat menumbuhkan rasa percaya bagi para pelanggannya.	4.748	3.757
2	Setiap pelanggan merasa aman dan nyaman selama menggunakan peralatan-peralatan yang disuplai oleh PT Multi Teknindo Infotronika.	4.817	3.504
3	Seluruh Karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu berikap ramah dan sopan.	4.791	3.643
4	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan yang berhubungan dengan peralatan yang dimilikinya.	4.757	3.713
<b>Rata-rata</b>		4.778	3.654



Grafik 4.6 Nilai Ekspektasi dan Persepsi Responden untuk Dimensi Assurance

Pada atribut pelayanan seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika dapat menumbuhkan rasa percaya bagi para pelanggannya memiliki nilai ekspektasi 4,748 dan nilai persepsi 3,757.

Pada atribut pelayanan setiap pelanggan merasa aman dan nyaman selama menggunakan peralatan-peralatan yang disuplai oleh PT Multi Teknindo Infotronika memiliki nilai ekspektasi 4,817 dan nilai persepsi 3,504.

Pada atribut pelayanan seluruh Karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu berikap ramah dan sopan memiliki nilai ekspektasi 4,791 dan nilai persepsi 3,463.

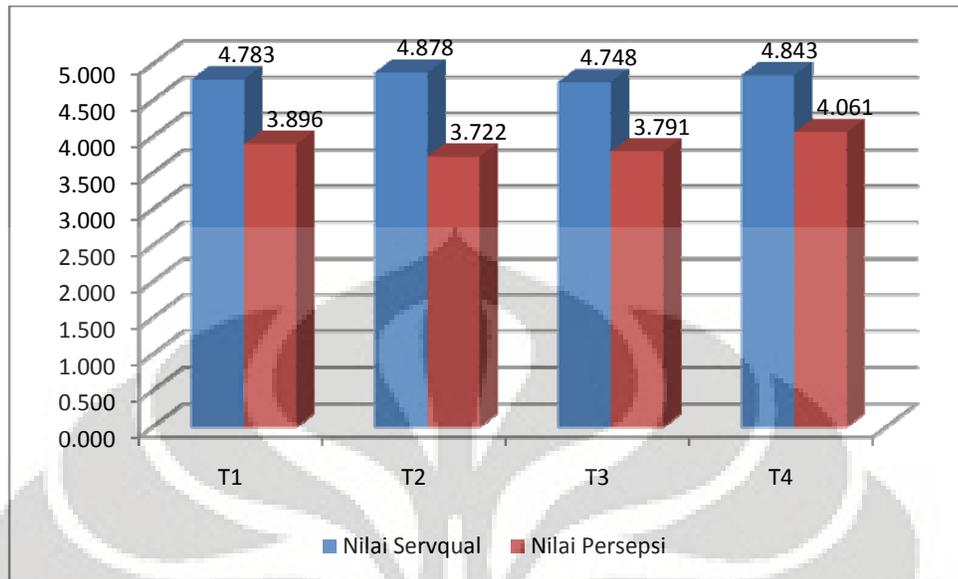
Pada atribut pelayanan seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan yang berhubungan dengan peralatan yang dimilikinya memiliki nilai ekspektasi 4,757 dan nilai persepsi 3,313.

#### 4.1.5 Dimensi Empati (Emphaty)

Pada tabel 4.7 dan grafik 4.7 dapat diketahui nilai ekspektasi dan nilai persepsi responden untuk dimensi empati (Emphaty) berdasarkan hasil pengolahan data kuisioner. Nilai ekspektasi rata-rata adalah sebesar 4,813, sedangkan untuk nilai persepsi rata-rata adalah sebesar 3,868. Hal ini menunjukkan pada dimensi Emphaty nilai ekspektasi rata-rata lebih besar dari nilai persepsi rata-rata yang berarti pelayanan PT Multi Teknindo Infotronika belum memenuhi ekspektasi pelanggannya.

Tabel 4.7 Nilai Ekspektasi dan Persepsi Responden untuk Dimensi Emphaty

No	Atribut Pelayanan	Nilai Ekspektasi	Nilai Persepsi
1	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu mengutamakan kepentingan pelanggan.	4.783	3.896
2	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika dapat memberikan perhatian secara individual terhadap pelanggannya.	4.878	3.722
3	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian.	4.748	3.791
4	PT Multi Teknindo Infotronika selalu berusaha memahami kebutuhan pelanggan dengan kotak saran, sms keluhan, e-mail, dsb.	4.843	4.061
<b>Rata-rata</b>		4.813	3.868



Grafik 4.7 Nilai Ekspektasi dan Persepsi Responden untuk Dimensi Emphaty

Pada atribut pelayanan seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu mengutamakan kepentingan pelanggan memiliki nilai ekspektasi 4,783 dan nilai persepsi 3,896.

Pada atribut pelayanan seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika dapat memberikan perhatian secara individual terhadap pelanggannya memiliki nilai ekspektasi 4,878 dan nilai persepsi 3,722.

Pada atribut pelayanan seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian memiliki nilai ekspektasi 4,748 dan nilai persepsi 3,791.

Pada atribut pelayanan PT Multi Teknindo Infotronika selalu berusaha memahami kebutuhan pelanggan dengan kotak saran, sms keluhan, e-mail, dsb memiliki nilai ekspektasi 4,843 dan nilai persepsi 3,061.

## 4.2 ANALISA SERVQUAL SCORE

Kualitas pelayanan dalam metode *servqual* didapat dari gap yang terjadi antara ekspektasi dan persepsi. Kualitas pelayanan dikatakan telah memenuhi keinginan pelanggan bila nilai persepsi sama dengan nilai ekspektasi.

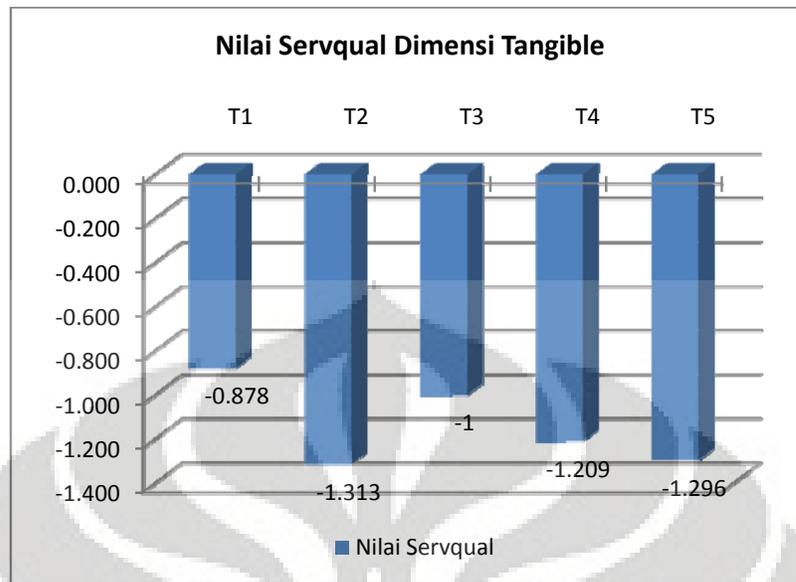
Bila nilai persepsi lebih besar dari nilai ekspektasi sehingga nilai gap yang terjadi adalah positif, berarti kualitas pelayanan dapat dikatakan handal karena dapat melebihi ekspektasi pelanggan, meskipun dalam beberapa hal melebihi ekspektasi pelanggan, tidak selalu memberikan efek positif bagi pelanggan.

Bila nilai persepsi lebih kecil dari nilai ekspektasi, sehingga nilai gap yang terjadi adalah negatif, berarti kualitas pelayanan saat ini dapat dikatakan kurang baik dan belum dapat memenuhi ekspektasi pelanggannya.

#### 4.2.1 Dimensi Bukti Fisik (Tangible)

Tabel 4.8 Nilai Servqual untuk Dimensi Tangible

No	Atribut Pelayanan	Nilai Servqual
1	Karyawan PT Multi Teknindo Infotronika yang berhubungan & bertemu langsung kepada pelanggan selalu berpakaian bersih dan rapih	-0.878
2	Divisi product support PT Multi Teknindo Infotronika memiliki media informasi visual bagi kebutuhan pelanggan, seperti poster, brosur, dsb.	-1.313
3	Divisi customer support PT Multi Teknindo Infotronika menggunakan peralatan-peralatan yang lengkap dan sesuai dalam perbaikan.	-1.000
4	Divisi Finance & Administration, serta Logistic PT Multi Teknindo Infotronika memiliki dokumentasi pembukuan keuangan dan pengiriman yang lengkap yang berhubungan dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	-1.209
5	Divisi Sales PT Multi Teknindo Infotronika memiliki media yang lengkap dan sesuai ketika mempresentasikan produk kepada pelanggan.	-1.296



Grafik 4.8 Nilai Servqual untuk Dimensi Tangible

Pada tabel 4.8 dan grafik 4.8 dapat diketahui nilai servqual untuk dimensi bukti fisik (Tangible) berdasarkan hasil pengolahan data kuisisioner. Pada atribut pelayanan divisi product support PT Multi Teknindo Infotronika memiliki media informasi visual bagi kebutuhan pelanggan, seperti poster, brosur, dsb memiliki nilai servqual -1,313.

Untuk atribut pelayanan divisi Sales PT Multi Teknindo Infotronika memiliki media yang lengkap dan sesuai ketika mempresentasikan produk kepada pelanggan memiliki nilai servqual -1,296.

Pada atribut pelayanan divisi Finance & Administration, serta Logistic PT Multi Teknindo Infotronika memiliki dokumentasi pembukuan keuangan dan pengiriman yang lengkap yang berhubungan dengan peralatan yang dimiliki pelanggan memiliki nilai servqual -1,209.

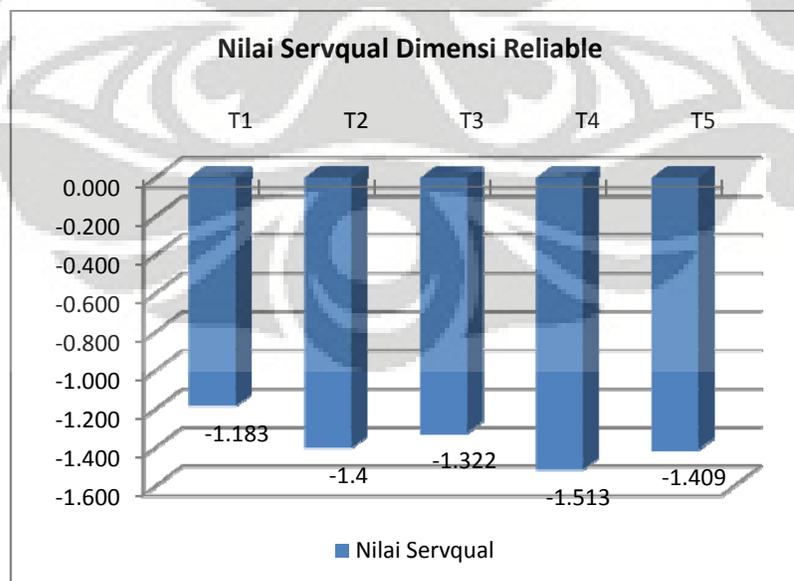
Pada atribut pelayanan Divisi customer support PT Multi Teknindo Infotronika menggunakan peralatan-peralatan yang lengkap dan sesuai dalam perbaikan memiliki nilai servqual -1.

Pada atribut pelayanan karyawan PT Multi Teknindo Infotronika yang berhubungan & bertemu langsung kepada pelanggan selalu berpakaian bersih dan rapih memiliki nilai servqual -0,878.

#### 4.2.2 Dimensi Kehandalan (Reliable)

Tabel 4.9 Nilai Servqual untuk Dimensi Reliable

No	Atribut Pelayanan	Nilai Servqual
1	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan terhadap pelanggan.	-1.183
2	Customer support engineer bekerja secara profesional, terampil dan handal ketika menyelesaikan masalah yang terjadi dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	-1.400
3	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika yang berhubungan secara langsung maupun tidak kepada pelanggan, menyampaikan pelayanan & perlakuan secara benar.	-1.322
4	Proses pembayaran yang relative mudah, fleksibel, serta memiliki alternative cara pembayaran.	-1.513
5	Penjelasan yang lengkap dan dapat dimengerti oleh pelanggan mengenai masalah yang berkaitan dengan peralatan yang dimiliki oleh pelanggan.	-1.409



Grafik 4.9 Nilai Servqual untuk Dimensi Reliable

Universitas Indonesia

Pada tabel 4.9 dan grafik 4.9 dapat diketahui nilai servqual untuk dimensi kehandalan (Reliable) berdasarkan hasil pengolahan data kuisioner. Pada atribut pelayanan proses pembayaran yang relative mudah, fleksibel, serta memiliki alternative cara pembayaran memiliki nilai servqual -1,513,.

Untuk atribut pelayanan penjelasan yang lengkap dan dapat dimengerti oleh pelanggan mengenai masalah yang berkaitan dengan peralatan yang dimiliki oleh pelanggan memiliki nilai servqual -1,409.

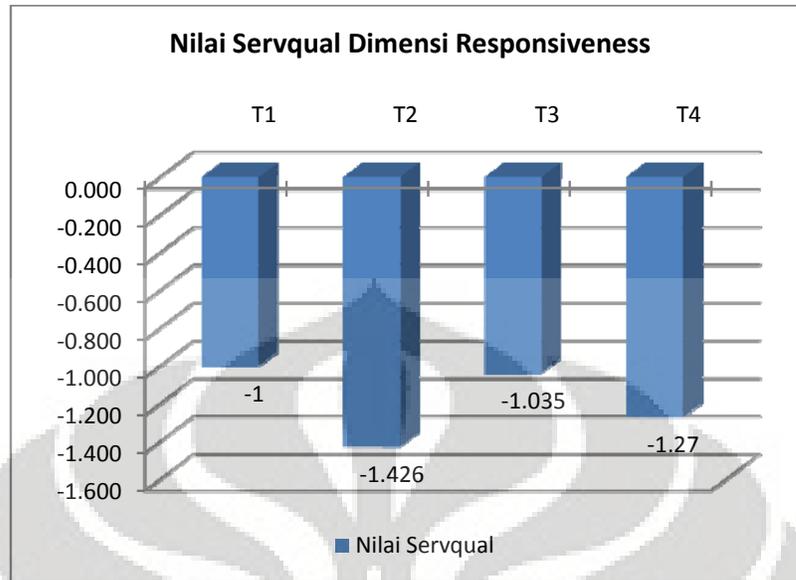
Pada atribut pelayanan customer support engineer bekerja secara professional, terampil dan handal ketika menyelesaikan masalah yang terjadi dengan peralatan yang dimiliki pelanggan memiliki nilai servqual -1,4.

Pada atribut pelayanan seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika yang berhubungan secara langsung maupun tidak kepada pelanggan, menyampaikan pelayanan & perlakuan secara benar memiliki nilai servqual -1,322.

#### 4.2.3 Dimensi Daya Tanggap (Responsiveness)

Tabel 4.10 Nilai Servqual untuk Dimensi Responsiveness

No	Atribut Pelayanan	Nilai Servqual
1	Kemudahan dalam menghubungi, apabila terjadi masalah atau hal-hal yang berkaitan dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	-1.000
2	Divisi customer support PT Multi Teknindo Infotronika memberikan pelayanan yang cepat dan tepat terhadap perbaikan peralatan yang dimiliki pelanggan.	-1.426
3	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika selalu siap merespon permintaan pelayanan dari pelanggan.	-1.035
4	Divisi Product Support selalu menginformasikan kepada pelanggan apabila ada hal-hal baru yang dapat memberikan nilai tambah terhadap penggunaan peralatan.	-1.270



Grafik 4.10 Nilai Servqual untuk Dimensi Responsiveness

Pada tabel 4.10 dan grafik 4.10 dapat diketahui nilai servqual responden untuk dimensi daya tanggap (Responsiveness) berdasarkan hasil pengolahan data kuisisioner. Pada atribut pelayanan divisi customer support PT Multi Teknindo Infotronika memberikan pelayanan yang cepat dan tepat terhadap perbaikan peralatan yang dimiliki pelanggan memiliki nilai servqual -1,426.

Pada atribut pelayanan divisi Product Support selalu menginformasikan kepada pelanggan apabila ada hal-hal baru yang dapat memberikan nilai tambah terhadap penggunaan peralatan memiliki nilai servqual -1,27.

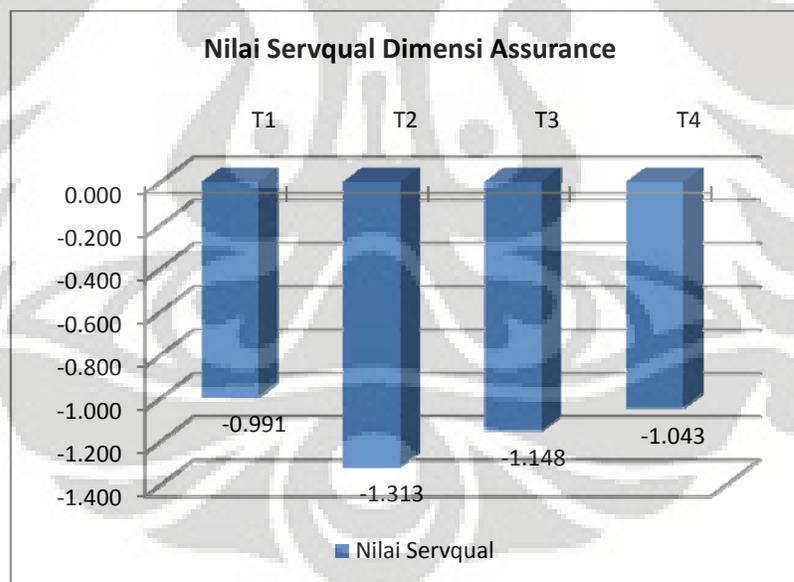
Pada atribut pelayanan seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika selalu siap merespon permintaan pelayanan dari pelanggan memiliki nilai servqual -1,035.

Pada atribut pelayanan kemudahan dalam menghubungi, apabila terjadi masalah atau hal-hal yang berkaitan dengan peralatan yang dimiliki pelanggan memiliki nilai servqual -1.

#### 4.2.4 Dimensi Jaminan (Assurance)

Tabel 4.11 Nilai Servqual untuk Dimensi Assurance

No	Atribut Pelayanan	Nilai Servqual
1	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika dapat menumbuhkan rasa percaya bagi para pelanggannya.	-0.991
2	Setiap pelanggan merasa aman dan nyaman selama menggunakan peralatan-peralatan yang disuplai oleh PT Multi Teknindo Infotronika.	-1.313
3	Seluruh Karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu berikap ramah dan sopan.	-1.148
4	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan yang berhubungan dengan peralatan yang dimilikinya.	-1.043



Grafik 4.11 Nilai Servqual untuk Dimensi Assurance

Pada tabel 4.11 dan grafik 4.11 dapat diketahui nilai servqual untuk dimensi jaminan (Assurance) berdasarkan hasil pengolahan data kuisioner. Pada atribut pelayanan setiap pelanggan merasa aman dan nyaman selama

menggunakan peralatan-peralatan yang disuplai oleh PT Multi Teknindo Infotronika memiliki nilai servqual -1,313.

Pada atribut pelayanan seluruh Karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu berikap ramah dan sopan memiliki nilai servqual 1,148.

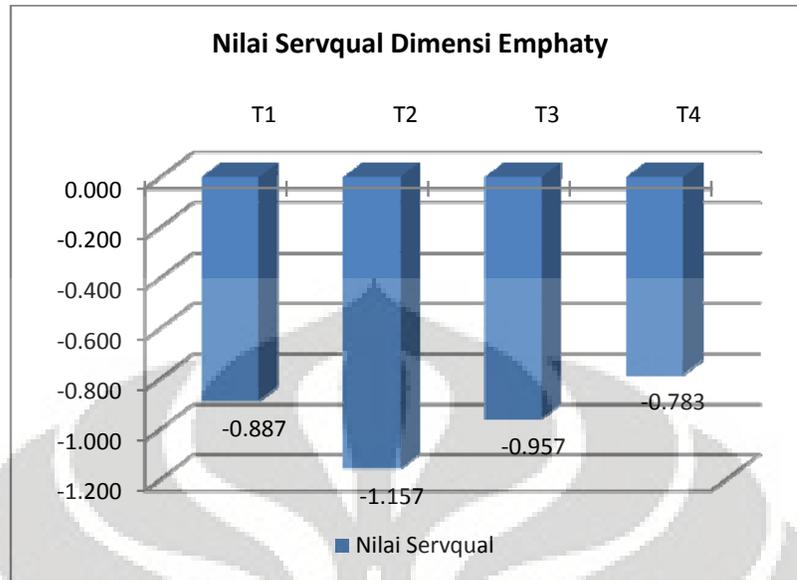
Pada atribut pelayanan seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan yang berhubungan dengan peralatan yang dimilikinya memiliki nilai servqual -1,043.

Pada atribut pelayanan seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika dapat menumbuhkan rasa percaya bagi para pelanggannya memiliki nilai servqual -0,991.

#### 4.2.5 Dimensi Empati (Emphaty)

Tabel 4.12 Nilai Servqual untuk Dimensi Emphaty

No	Atribut Pelayanan	Nilai Servqual
1	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu mengutamakan kepentingan pelanggan.	-0.887
2	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika dapat memberikan perhatian secara individual terhadap pelanggannya.	-1.157
3	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian.	-0.957
4	PT Multi Teknindo Infotronika selalu berusaha memahami kebutuhan pelanggan dengan kotak saran, sms keluhan, e-mail, dsb.	-0.783



Grafik 4.12 Nilai Servqual untuk Dimensi Emphaty

Pada tabel 4.12 dan grafik 4.12 dapat diketahui nilai servqual untuk dimensi empati (Emphaty) berdasarkan hasil pengolahan data kuisisioner. Pada atribut pelayanan seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika dapat memberikan perhatian secara individual terhadap pelanggannya memiliki nilai servqual -1,157.

Pada atribut pelayanan seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian memiliki nilai servqual -0,957.

Pada atribut pelayanan seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu mengutamakan kepentingan pelanggan memiliki nilai servqual -0,887.

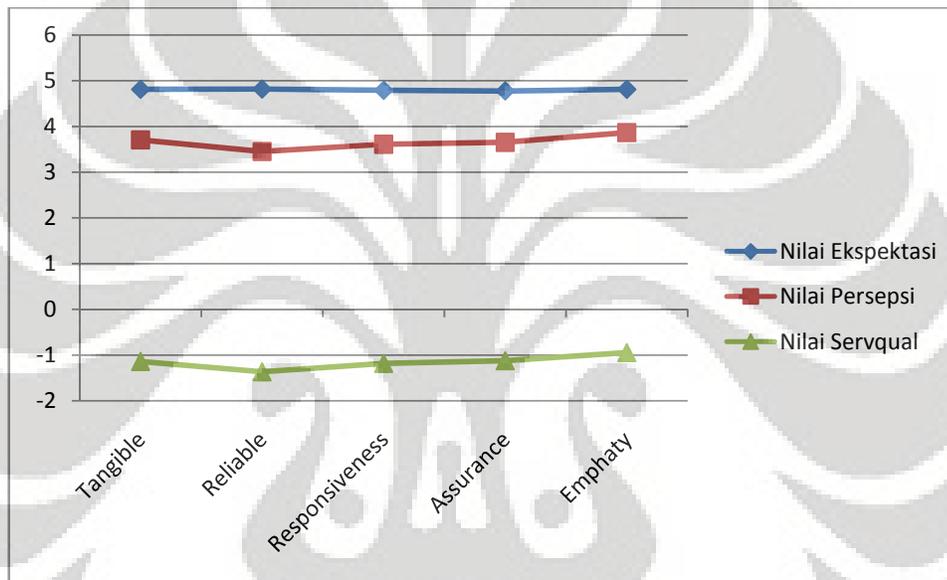
Pada atribut pelayanan PT Multi Teknindo Infotronika selalu berusaha memahami kebutuhan pelanggan dengan kotak saran, sms keluhan, e-mail, dsb memiliki nilai servqual -0,783.

#### 4.3 ANALISA PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN SETIAP DIMENSI

Pada bagian ini akan dibahas perbandingan kualitas pelayanan setiap dimensi sesuai dengan hasil perhitungan nilai ekspektasi, persepsi, serta nilai servqual antar dimensi.

Tabel 4.13 Perbandingan Nilai Ekspektasi, Persepsi, dan Servqual setiap dimensi

No	Dimensi	Nilai Ekspektasi	Nilai Persepsi	Nilai Servqual
1	Bukti Fisik (Tangible)	4.812	3.708	-1.139
2	Keandalan (Reliable)	4.819	3.454	-1.365
3	Daya Tanggap (Responsiveness)	4.793	3.611	-1.183
4	Jaminan (Assurance)	4.778	3.654	-1.124
5	Empati (Emphaty)	4.813	3.867	-0.946



Grafik 4.13 Perbandingan Nilai Ekspektasi, Persepsi, dan Servqual setiap dimensi

Dari tabel 4.13 dan grafik 4.13 diatas jika dianalisa secara terpisah dari ekspektasi persepsi, dan nilai servqual setiap dimensi, terlihat nilai ekspektasi tertinggi ada pada dimensi kehandalan (Reliable) dengan nilai 4,819. Pelanggan menaruh harapan yang besar pada kehandalan dari pelayanan PT Multi Tekindo Infotronika. Sedangkan dimensi dengan nilai ekspektasi terendah adalah assurance dengan nilai 4,778, hal ini berarti dibandingkan dengan dimensi-dimensi lain, ekspektasi pelanggan terhadap jaminan perusahaan tidak begitu besar.

Untuk nilai persepsi, nilai tertinggi adalah pada dimensi emphaty dengan nilai 3,867. Artinya dibandingkan dimensi lain, performa terbaik dari PT Multi Tekindo Infotronika adalah empatinya terhadap pelanggan. Sedangkan dimensi

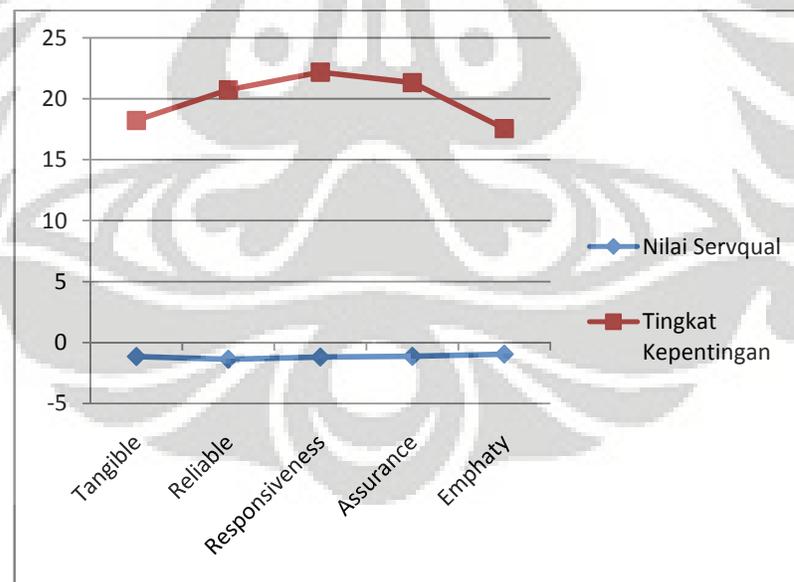
dengan nilai terendah adalah reliable sebesar 3,454, yang berarti pelayanan yang terendah adalah keandalan.

Dari nilai servqual, dimensi tangibles memiliki nilai servqual tertinggi, yaitu sebesar -1,365. Dimensi yang lain secara berurutan adalah responsiveness, tangible, assurance dan emphaty dengan nilai servqual masing-masing adalah -1.183, -1,139, -1.124 dan -0.946

Pada grafik 4.14 dibawah ini diberikan perbandingan tingkat kepentingan dan nilai servqual setiap dimensi:

Tabel 4.14 Perbandingan Nilai Servqual dan Tingkat Kepentingan Setiap Dimensi

No	Dimensi	Nilai Servqual	Tingkat Kepentingan
1	Bukti Fisik (Tangible)	-1.139	18.22
2	Keandalan (Reliable)	-1.365	20.73
3	Daya Tanggap (Responsiveness)	-1.183	22.18
4	Jaminan (Assurance)	-1.124	21.32
5	Empati (Emphaty)	-0.946	17.55



Grafik 4.14 Perbandingan Nilai Servqual dan Tingkat Kepentingan Setiap Dimensi

Pelanggan menganggap bahwa hal terpenting dari layanan PT Multi Teknindo Infotronika adalah responsiveness dengan persentase tingkat kepentingan 22.18%. Dimensi pelayanan selanjutnya yang paling penting dalam kualitas layanan PT Multi Teknindo Infotronika secara berturut-turut adalah assurance, reliable, tangible dan empathy.

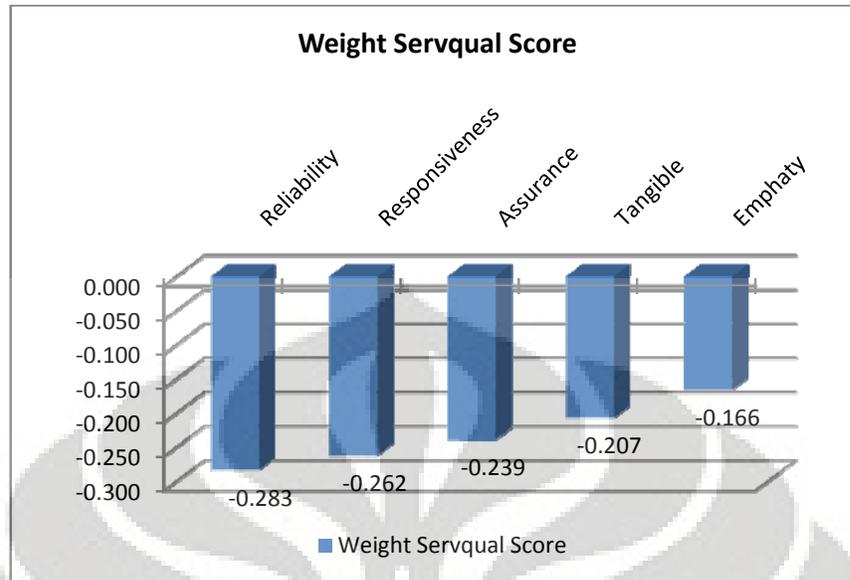
Dari grafik diatas juga dapat dilihat bahwa nilai servqual setiap dimensi, besarnya tidak mengikuti urutan dari besar tingkat kepentingan.

#### 4.4 ANALISA WEIGHT SERVQUAL SCORE

Dalam menentukan prioritas perbaikan, dapat dilihat pada perbaikan pada Weight Servqual Score (WSC) karena WSC merupakan hasil perkalian nilai servqual dan tingkat kepentingan. Artinya dengan melihat gap yang terjadi serta tingkat kepentingan dari pelanggan dapat ditentukan prioritas perbaikan tiap dimensi yang perlu dilakukan PT Multi Teknindo Infotronika dalam meningkatkan kualitas pelayanannya. Dari tabel 4.15 dan grafik 4.15 berikut dapat dilihat peringkat WSC setiap dimensi:

Tabel 4.15 Weight Servqual Score

Peringkat	Dimensi	WSS
1	Keandalan (Reliability)	-0.283
2	Daya Tanggap (Responsiveness)	-0.262
3	Jaminan (Assurance)	-0.239
4	Bukti Fisik (Tangible)	-0.207
5	Empati (Empathy)	-0.166



Grafik 4.15 Weight Servqual Score

Pada tabel 4.15 dan tabel 4.15 diatas dapat diketahui bahwa perbaikan prioritas pada pelayanan PT Multi Teknindo Infotronika secara berurutan adalah reliability, responsiveness, assurance, tangible dan emphaty.

#### 4.5 ANALISA ACTUAL SERVQUAL SCORE

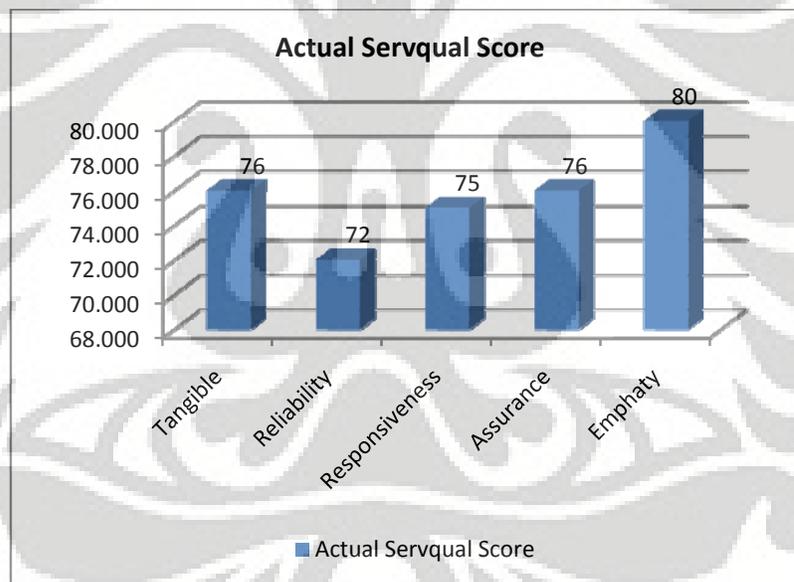
Bagian ini akan menjelaskan mengenai kualitas pelayanan aktual dari PT Multi Teknindo Infotronika selama ini sudah melayani pelanggannya. Skor aktual menunjukkan tingkat pemenuhan terhadap harapan pelanggan pada kualitas pelayanan yang mereka inginkan dari PT Multi Teknindo Infotronika . Artinya nilai ini menunjukkan seberapa baik performa mereka selama ini dalam memenuhi barapan pelanggannya. Nilai aktual dihitung dengan menggunakan persentase dengan ketentuan:

1. Nilai yang kurang dari 100% meunjukkan bahwa skor aktual pelayanan selama ini belum memenuhi harapan pelanggan.
2. Nilai 100% berarti pelayanan yang diberikan selama ini telah memenuhi harapan dari pelanggan.
3. Nilai yang lebih dari 100% menunjukkan bahwa pelayanan selama ini melebihi harapan pelanggan. Semakin besar persentase, semakin superior kualitas pelayanannya.

Pada tabel 4.16 dan grafik 4.16 dibawah ini akan diperlihatkan nilai peringkat pemenuhan harapan pelanggan pada setiap dimensinya:

Tabel 4.16 Actual Servqual Score

No	Dimensi	ASS (%)
1	Bukti Fisik (Tangible)	76
2	Keandalan (Reliability)	72
3	Daya Tanggap (Responsiveness)	75
4	Jaminan (Assurance)	76
5	Empati (Emphaty)	80
Rata-rata		75.8



Grafikl 4.16 Actual Servqual Score

Dari tabel diatas terlihat bahwa perfora aktual terbesar ada pada dimensi emphaty dengan persentase 80%. Nilai ini menunjukkan bahwa perusahaan sudah hampir memenuhi harapan dari pelanggannya. Tetapi pihak perusahaan masih harus meningkatkan kualitas pelayannya hingga memenuhi harapan dari

pelanggan. Selanjutnya adalah dimensi tangible, assurance, dan responsiveness dengan nilai aktual berturut-turut sebesar 76%, 76%, dan 75%.

Dari tabel juga didapat rata-rata ASC sebesar 75,8%. Nilai ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan PT Multi Teknindo Infotronika kepada pelanggannya ini baru memenuhi 75,8% dari harapan pelanggannya. PT Multi Teknindo Infotronika harus lebih meningkatkan kualitas pelayanannya, dalam hal ini perbaikan-perbaikan sesuai dengan prioritas yang telah dijabarkan pada subbab sebelumnya dalam meningkatkan nilai skor aktual, sehingga mereka dapat semakin baik dalam memenuhi harapan pelanggannya.



## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 KESIMPULAN

Setelah penulis melakukan survei, pengolahan data dan analisa mengenai dimensi-dimensi kualitas jasa di PT. Multi Teknindo Infotronika, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Nilai ekspektasi pelanggan pada tiap-tiap dimensi servqual adalah:
  - Dimensi Bukti Fisik adalah sebesar 4,847
  - Dimensi Keandalan adalah sebesar 4,819
  - Dimensi Daya tanggap adalah sebesar 4,793
  - Dimensi Jaminan adalah sebesar 4,778
  - Dimensi Empati adalah sebesar 4,813
2. Nilai persepsi pelanggan pada tiap-tiap dimensi servqual adalah :
  - Dimensi Bukti Fisik: adalah 3,708
  - Dimensi Keandalan adalah 3,454
  - Dimensi Daya tanggap adalah sebesar 3,611
  - Dimensi Jaminan adalah sebesar 3,654
  - Dimensi Empati adalah sebesar 3,867
3. Kualitas pelayanan jasa PT. Multi Teknindo Infotronika pada kelima dimensi servqual dapat dikatakan rendah karena belum memenuhi ekspektasi para pelanggan. Hal ini dapat dilihat berdasarkan perolehan *servqual score* rata-rata dari kelima dimensi ini sebesar -1,151 dan *weight servqual score* -0,231.
4. Perolehan *Actual Score* adalah sebesar 75,8%. Artinya bahwa sampai saat ini kinerja pelayanan PT Multi Teknindo Infotronika masih memenuhi 75,8 % harapan dari para pelanggannya.
5. Tingkat kepentingan pelayanan bagi para pelanggan sesuai dengan prioritas dimensi yang terbesar adalah :
  - Pertama : Daya Tanggap (22,18%)
  - Kedua : Jaminan (21,32%)
  - Ketiga : Keandalan (20,73%)

Keempat : Bukti Fisik (18,22%)

Kelima : Empati (17,55%)

6. Prioritas perbaikan berdasarkan *Weight Servqual Score* yang sebaiknya dilakukan oleh PT Multi Teknindo Infotronika adalah :

Pertama : Aspek Keandalan (*Reliability*)

Kedua : Aspek Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Ketiga : Aspek Jaminan (*Assurance*)

Keempat : Aspek Bukti Fisik (*Tangibles*)

Kelima : Aspek Empati (*Emphaty*)

## 5.2 SARAN

Untuk mendapatkan nilai servqual yang memiliki gap kecil atau dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dimasa yang akan datang, maka manajemen dari PT Multi Teknindo harus melakukan perbaikan-perbaikan pelayanan secara keseluruhan dimensi pelayanan berdasarkan metode servqual.

**DAFTAR REFERENSI**

- Ariani, Doronthea Wahyu, 2004, *Pendekatan Kualitas Statistik, Pendekatan Kuantitatif dalam Manajemen Kualitas*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Barnes, James, G., 2003, *Secrets of Customer Relationship Management, Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Hadi, Sutrisno, 1991, *Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes dan Nilai Skala dengan BASICA*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 1994, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Keenam*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Manajemen Analysis, Planning, Implementation and Control & Edition*. New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Sauerwein.E.Bailon. F, Matzer. K, Hinterhuber. H.H, 1996. *The Kano Model : How To Delight Your Customer's*, International Working Seminar Production Economics,Innsbruck/Igls/Austria,pp.313-327.  
[http://competence\\_site.de/dienstleistung.nsf](http://competence_site.de/dienstleistung.nsf),
- Sudjana, DR, M.A., Msc, 1992, *Metode Statistik*. Penerbit Tarsito, Bandung.
- Sumayang, Lalu, 2003, *Dasar – dasar manajemen produksi dan operasi*, Edisi pertama, Salemba Empat, Jakarta
- Tjiptono, Fandy, 1996, *Manajemen Jasa*, andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 1997, *Strategi Pemasaran*, andi Offset, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, 2005, *Pemasaran Jasa*, Bayumadia, Jawa Timur.

Tjiptono, Fandy, dan Gregorius A., 2005, *Service, Quality & Satisfaction*, andi Offset, Yogyakarta

Vincent. G, 2002, *Total Quality Management*. PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Vincent. G, 1997, *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*, PT Gramedia pustaka Utama, Jakarta.

Walden.D.,1993."A special issue on Kano's methods for understanding customer defined quality, "The center for quality of management journal, vol.2. no.4, pp.3-35.One Alewifw Center Suite 450, Cambridge Massachusetts.

[http://cqmextra.cqm.org/cqmjournal.nsf/issues/vol2no4.](http://cqmextra.cqm.org/cqmjournal.nsf/issues/vol2no4)

Widiawan, K dan Irianty,2004. *Pemetaan Preferensi Konsumen Supermarket Dengan Metode Kano Berdasarkan Dimensi Servqual*. Jurnal Teknik Industri vol.6, No.1, Juni 2004;37-46, Universitas Kristen Petra Surabaya.

[http://puslit.petra.ac.id/journals/industrial.](http://puslit.petra.ac.id/journals/industrial)

Yamit, Zulian, 2004, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Ekonisia, Yogyakarta.

Zeithaml, V. A., M. J. Bitner,1996. *Service Marketing*, New Jersey: The McGraw-Hill Companies, Inc.



## KUISIONER SERVQUAL

Bapak/Ibu/saudara/i yang terhormat,

Dalam rangka menganalisa kualitas pelayanan pada PT Multi Teknindo Infotronika, maka kami segenap manajemen PT Multi Teknindo Infotronika bermaksud mengadakan survey mengidentifikasi harapan para pelanggan dan penilaiannya terhadap pelayanan PT Multi Teknindo Infotronika yang dirasakan selama ini.

Kami segenap manajemen PT Multi Teknindo Infotronika sangat mengharapkan bantuan dari bapak/ibu/saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi dan menjawab pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner survey ini. Adapun kuisisioner ini dibagi menjadi 4 (empat) bagian yaitu:

- Bagian I : Data Responden, yaitu data bapak/ibu/saudara/i
- Bagian II : Tingkat Ekpektasi (Harapan) & Tingkat Persepsi anda
- Bagian III : Skor Relatif Kepentingan Dimensi
- Bagian IV : Saran-saran dan kritik

Bapak/ibu/saudara/i dimohon untuk mengisi kuisisioner ini dengan lengkap, karena ketidaklengkapan pengisian ini akan mengakibatkan kuisisioner ini tidak bisa diolah. Sebagai tanggung jawab kami, semua jawaban bapak/ibu/saudara/i akan terjamin kerahasiaannya.

Atas bantuan dan partisipasi dari bapak/ibu/saudara/i, diucapkan terima kasih. Hasil dari pengisian kuisisioner ini akan digunakan untuk perbaikan mutu kualitas pelayanan PT Multi Teknindo Infotronika, agar para pelanggan yang setia mendapatkan pelayanan sesuai dengan harapan.

Jakarta, 1 September 2009

Mengetahui,

Direktur PT Multi Teknindo Infotronika

**Ir. Nurjanto Jasin**

## I. DATA RESPONDEN

1	Jenis Kelamin	a. Laki-laki b. Wanita
2	Usia Anda	a. 17 s.d 25 tahun b. 25 s.d 35 tahun c. 35 s.d 45 tahun d. 45 s.d 55 tahun e. >55 tahun
3	Latar Belakang Pendidikan Anda	a. SD-SMP b. SMA/SMK c. Diploma (D3) d. Sarjana (S1) e. Pasca Sarjana (S2)
4	Masa Kerja Anda	a. 1 s.d 2 tahun b. 2 s.d 5 tahun c. 5 s.d 10 tahun d. 10 s.d 25 tahun e. > 25 tahun
5	Jenis Peralatan Instrumentasi Anda	a. PANalytical b. FEI Electron Optics c. PANalytical & FEI Electron Optics
6	Masa Pemakaian Peralatan Instrumentasi Anda	a. 1 s.d 3 tahun b. 3 s.d 6 tahun c. 6 s.d 10 tahun d. >10 tahun

## II. TINGKAT HARAPAN DAN KEPUASAN PELAYANAN

Bagian ini adalah butir yang berisi tentang tingkat harapan yang anda inginkan dan kepuasan pelayanan yang selama ini telah anda dapatkan.

Untuk tingkat harapan, berikut ini adalah nilai yang dapat diberikan yang disesuaikan dengan tingkat kepentingannya:

Lingkari / beri tanda silang ANGKA 1, jika tidak penting

Lingkari / beri tanda silang ANGKA 2, jika kurang penting

Lingkari / beri tanda silang ANGKA 3, jika penting

Lingkari / beri tanda silang ANGKA 4, jika penting sekali

Lingkari / beri tanda silang ANGKA 5, jika sangat penting

Untuk tingkat kepuasan, berikut ini adalah nilai yang dapat diberikan yang disesuaikan dengan tingkat kepuasannya:

Lingkari / beri tanda silang ANGKA 1, jika tidak penting

Lingkari / beri tanda silang ANGKA 2, jika kurang penting

Lingkari / beri tanda silang ANGKA 3, jika penting

Lingkari / beri tanda silang ANGKA 4, jika penting sekali

Lingkari / beri tanda silang ANGKA 5, jika sangat penting

No	Atribut Pelayanan	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
T1	Karyawan PT Multi Teknindo Infotronika yang berhubungan & bertemu langsung kepada pelanggan selalu berpakaian bersih dan rapih	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
T2	Divisi product support PT Multi Teknindo Infotronika memiliki media informasi visual bagi kebutuhan pelanggan, seperti poster, brosur, dsb.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
T3	Divisi customer support PT Multi Teknindo Infotronika menggunakan peralatan-peralatan yang lengkap dan sesuai dalam perbaikan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
T4	Divisi Finance & Administration, serta Logistic PT Multi Teknindo Infotronika memiliki dokumentasi pembukuan keuangan dan pengiriman yang lengkap yang berhubungan dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
T5	Divisi Sales PT Multi Teknindo Infotronika memiliki media yang lengkap dan sesuai ketika mempresentasikan produk kepada pelanggan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

No	Atribut Pelayanan	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
R6	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan terhadap pelanggan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
R7	Customer support engineer bekerja secara professional, terampil dan handal ketika menyelesaikan masalah yang terjadi dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
R8	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika yang berhubungan secara langsung maupun tidak kepada pelanggan, menyampaikan pelayanan & perlakuan secara benar.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
R9	Proses pembayaran yang relative mudah, fleksibel, serta memiliki alternative cara pembayaran.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
R10	Penjelasan yang lengkap dan dapat dimengerti oleh pelanggan mengenai masalah yang berkaitan dengan peralatan yang dimiliki oleh pelanggan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Rs11	Kemudahan dalam menghubungi, apabila terjadi masalah atau hal-hal yang berkaitan dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Rs12	Divisi customer support PT Multi Teknindo Infotronika memberikan pelayanan yang cepat dan tepat terhadap perbaikan peralatan yang dimiliki pelanggan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Rs13	Divisi marketing cepat dalam memproses penawaran dari para pelanggan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Rs14	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika selalu siap merespon permintaan pelayanan dari pelanggan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Rs15	Divisi Product Support selalu menginformasikan kepada pelanggan apabila ada hal-hal baru yang dapat memberikan nilai tambah terhadap penggunaan peralatan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

No	Atribut Pelayanan	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
A16	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika dapat menumbuhkan rasa percaya bagi para pelanggannya.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
A17	Setiap pelanggan merasa aman dan nyaman selama menggunakan peralatan-peralatan yang disuplai oleh PT Multi Teknindo Infotronika.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
A18	Pelanggan merasa instrumen yang telah dibeli sesuai dengan spesifikasi penawaran.		
A19	Seluruh Karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu berikap ramah dan sopan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
A20	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan yang berhubungan dengan peralatan yang dimilikinya.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
A21	PT Multi Teknindo memberikan jaminan kepada para pelanggan bahwa penyampaian jasa service dan spare part tepat pada waktunya.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
E22	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu mengutamakan kepentingan pelanggan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
E23	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika dapat memberikan perhatian secara individual terhadap pelanggannya.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
E24	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
E25	PT Multi Teknindo Infotronika selalu berusaha memahami kebutuhan pelanggan dengan kotak saran, sms keluhan, e-mail, dsb.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
E26	PT Multi Teknindo Infotronika tidak mengenakan biaya jasa service terlalu tinggi kepada pelanggan	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
E27	PT Multi Teknindo Infotronika selalu memberikan kelonggaran waktu pembayaran bagi para pelanggan	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

### III. SKOR RELATIF KEPENTINGAN DIMENSI

Bapak/ibu/saudara/i diharapkan memberikan skor untuk kelima pernyataan dibawah ini. Dengan nilai total 100. Bila semakin penting pernyataan tersebut maka semakin tinggi diberikan skornya.

1. Penampilan fasilitas fisik, perlengkapan pendukung, karyawan atau customer support engineer dan alat-alat teknis yang dimiliki PT Multi Teknindo Infotronika
2. Kemampuan PT Multi Teknindo Infotronika untuk melakukan pelayanan yang telah dijanjikannya secara handal dan akurat
3. Itikad PT Multi Teknindo Infotronika untuk membantn para pelanggannya dan menyediakan pelayanan yang cepat dan tepat
4. Pengetahuan, kemampnan dan sikap karyawan atau manajemen PT Multi Teknindo Infotronika mampu untuk menamkan kepercayaan kepada para pelanggannya.
5. Kepedulian dan perhatian individual yang diberikan kepada para pelanggan PT Multi Teknindo Infotronika

### IV. SARAN DAN KRITIK ATAS PELAYANAN PT MULTI TEKNINDO INFOTRONIKA

Silahkan untuk mengisi secara bebas saran-saran dan kritik atas pelayanan yang anda rasakan yang diberikan oleh PT Multi Teknindo Infotronika.

**Saran-saran:**

**Kritik:**



**LAMPIRAN B**

## KUISIONER SERVQUAL

Bapak/Ibu/saudara/i yang terhormat,

Dalam rangka menganalisa kualitas pelayanan pada PT Multi Teknindo Infotronika, maka kami segenap manajemen PT Multi Teknindo Infotronika bermaksud mengadakan survey mengidentifikasi harapan para pelanggan dan penilaiannya terhadap pelayanan PT Multi Teknindo Infotronika yang dirasakan selama ini.

Kami segenap manajemen PT Multi Teknindo Infotronika sangat mengharapkan bantuan dari bapak/ibu/saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi dan menjawab pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner survey ini. Adapun kuisisioner ini dibagi menjadi 4 (empat) bagian yaitu:

- Bagian I : Data Responden, yaitu data bapak/ibu/saudara/i
- Bagian II : Tingkat Ekpektasi (Harapan) & Tingkat Persepsi anda
- Bagian III : Skor Relatif Kepentingan Dimensi
- Bagian IV : Saran-saran dan kritik

Bapak/ibu/saudara/i dimohon untuk mengisi kuisisioner ini dengan lengkap, karena ketidaklengkapan pengisian ini akan mengakibatkan kuisisioner ini tidak bisa diolah. Sebagai tanggung jawab kami, semua jawaban bapak/ibu/saudara/i akan terjalin kerahasiaannya.

Atas bantuan dan partisipasi dari bapak/ibu/saudara/i, diucapkan terima kasih. Hasil dari pengisian kuisisioner ini akan digunakan untuk perbaikan mutu kualitas pelayanan PT Multi Teknindo Infotronika, agar para pelanggan yang setia mendapatkan pelayanan sesuai dengan harapan.

Jakarta, 27 September 2009

Mengetahui,

Direktur PT Multi Teknindo Infotronika

**Ir. Nurjanto Jasin**

## I. DATA RESPONDEN

1	Jenis Kelamin	a. Laki-laki b. Wanita
2	Usia Anda	a. 17 s.d 25 tahun b. 25 s.d 35 tahun c. 35 s.d 45 tahun d. 45 s.d 55 tahun e. >55 tahun
3	Latar Belakang Pendidikan Anda	a. SD-SMP b. SMA/SMK c. Diploma (D3) d. Sarjana (S1) e. Pasca Sarjana (S2)
4	Masa Kerja Anda	a. 1 s.d 2 tahun b. 2 s.d 5 tahun c. 5 s.d 10 tahun d. 10 s.d 25 tahun e. > 25 tahun
5	Jenis Peralatan Instrumentasi Anda	a. PANalytical b. FEI Electron Optics c. PANalytical & FEI Electron Optics
6	Masa Pemakaian Peralatan Instrumentasi Anda	a. 1 s.d 3 tahun b. 3 s.d 6 tahun c. 6 s.d 10 tahun d. >10 tahun

## II. TINGKAT HARAPAN DAN KEPUASAN PELAYANAN

Bagian ini adalah butir yang berisi tentang tingkat harapan yang anda inginkan dan kepuasan pelayanan yang selama ini telah anda dapatkan.

Untuk tingkat harapan, berikut ini adalah nilai yang dapat diberikan yang disesuaikan dengan tingkat kepentingannya:

Lingkari / beri tanda silang ANGKA 1, jika tidak penting

Lingkari / beri tanda silang ANGKA 2, jika kurang penting

Lingkari / beri tanda silang ANGKA 3, jika penting

Lingkari / beri tanda silang ANGKA 4, jika penting sekali

Lingkari / beri tanda silang ANGKA 5, jika sangat penting

Untuk tingkat kepuasan, berikut ini adalah nilai yang dapat diberikan yang disesuaikan dengan tingkat kepuasannya:

Lingkari / beri tanda silang ANGKA 1, jika tidak penting

Lingkari / beri tanda silang ANGKA 2, jika kurang penting

Lingkari / beri tanda silang ANGKA 3, jika penting

Lingkari / beri tanda silang ANGKA 4, jika penting sekali

Lingkari / beri tanda silang ANGKA 5, jika sangat penting

No	Atribut Pelayanan	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
T1	Karyawan PT Multi Teknindo Infotronika yang berhubungan & bertemu langsung kepada pelanggan selalu berpakaian bersih dan rapih	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
T2	Divisi product support PT Multi Teknindo Infotronika memiliki media informasi visual bagi kebutuhan pelanggan, seperti poster, brosur, dsb.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
T3	Divisi customer support PT Multi Teknindo Infotronika menggunakan peralatan-peralatan yang lengkap dan sesuai dalam perbaikan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
T4	Divisi Finance & Administration, serta Logistic PT Multi Teknindo Infotronika memiliki dokumentasi pembukuan keuangan dan pengiriman yang lengkap yang berhubungan dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
T5	Divisi Sales PT Multi Teknindo Infotronika memiliki media yang lengkap dan sesuai ketika mempresentasikan produk kepada pelanggan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

No	Atribut Pelayanan	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
R6	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan terhadap pelanggan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
R7	Customer support engineer bekerja secara professional, terampil dan handal ketika menyelesaikan masalah yang terjadi dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
R8	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika yang berhubungan secara langsung maupun tidak kepada pelanggan, menyampaikan pelayanan & perlakuan secara benar.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
R9	Proses pembayaran yang relative mudah, fleksibel, serta memiliki alternative cara pembayaran.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
R10	Penjelasan yang lengkap dan dapat dimengerti oleh pelanggan mengenai masalah yang berkaitan dengan peralatan yang dimiliki oleh pelanggan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Rs11	Kemudahan dalam menghubungi, apabila terjadi masalah atau hal-hal yang berkaitan dengan peralatan yang dimiliki pelanggan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Rs12	Divisi customer support PT Multi Teknindo Infotronika memberikan pelayanan yang cepat dan tepat terhadap perbaikan peralatan yang dimiliki pelanggan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Rs13	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika selalu siap merespon permintaan pelayanan dari pelanggan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Rs14	Divisi Product Support selalu menginformasikan kepada pelanggan apabila ada hal-hal baru yang dapat memberikan nilai tambah terhadap penggunaan peralatan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

No	Atribut Pelayanan	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
A15	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika dapat menumbuhkan rasa percaya bagi para pelanggannya.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
A16	Setiap pelanggan merasa aman dan nyaman selama menggunakan peralatan-peralatan yang disuplai oleh PT Multi Teknindo Infotronika.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
A17	Seluruh Karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu berikap ramah dan sopan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
A18	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan yang berhubungan dengan peralatan yang dimilikinya.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
E19	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu mengutamakan kepentingan pelanggan.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
E20	Seluruh divisi PT Multi Teknindo Infotronika dapat memberikan perhatian secara individual terhadap pelanggannya.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
E21	Seluruh karyawan PT Multi Teknindo Infotronika selalu memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
E22	PT Multi Teknindo Infotronika selalu berusaha memahami kebutuhan pelanggan dengan kotak saran, sms keluhan, e-mail, dsb.	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

### III. SKOR RELATIF KEPENTINGAN DIMENSI

Bapak/ibu/saudara/i diharapkan memberikan skor untuk kelima pernyataan dibawah ini. Dengan nilai total 100. Bila semakin penting pernyataan tersebut maka semakin tinggi diberikan skornya.

1. Penampilan fasilitas fisik, perlengkapan pendukung, karyawan atau customer support engineer dan alat-alat teknis yang dimiliki PT Multi Teknindo Infotronika
2. Kemampuan PT Multi Teknindo Infotronika untuk melakukan pelayanan yang telah dijanjikannya secara handal dan akurat
3. Itikad PT Multi Teknindo Infotronika untuk membantn para pelanggannya dan menyediakan pelayanan yang cepat dan tepat
4. Pengetahuan, kemampnan dan sikap karyawan atau manajemen PT Multi Teknindo Infotronika mampu untuk menamkan kepercayaan kepada para pelanggannya.
5. Kepedulian dan perhatian individual yang diberikan kepada para pelanggan PT Multi Teknindo Infotronika

### IV. SARAN DAN KRITIK ATAS PELAYANAN PT MULTI TEKNINDO INFOTRONIKA

Silahkan untuk mengisi secara bebas saran-saran dan kritik atas pelayanan yang anda rasakan yang diberikan oleh PT Multi Teknindo Infotronika.

**Saran-saran:**

**Kritik:**



**LAMPIRAN C**

Nilai Skala Likert Ekspektasi Responden Hasil Kuisisioner

Responden	Butir Pernyataan																						
	Tangibility					Reability					Responsiveness				Assurance				Emphaty				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	
2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
7	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
9	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
10	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
11	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
13	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
14	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
16	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
17	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
18	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
19	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
20	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
21	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5
22	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
25	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5

Nilai Skala Likert Ekspektasi Responden Hasil Kuisisioner

Responden	Butir Pernyataan																					
	Tangibility					Reability					Responsiveness				Assurance				Emphaty			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
26	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
27	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
28	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
31	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
32	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4
34	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
35	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
36	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
37	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5
38	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
39	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5
40	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
41	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
43	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4
44	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
45	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
46	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4
47	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5
48	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4
49	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5

Nilai Skala Likert Perspsi Responden Hasil Kuisisioner

Responden	Butir Pernyataan																					
	Tangibility					Reability					Responsiveness				Assurance				Emphaty			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
51	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
52	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5
54	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
55	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4
58	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
61	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5
62	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
64	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
65	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
66	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
68	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
69	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
70	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
71	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
72	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4
73	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
74	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
75	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Nilai Skala Likert Perspesi Responden Hasil Kuisisioner

Responden	Butir Pernyataan																					
	Tangibility					Reability					Responsiveness				Assurance				Emphaty			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
76	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	
77	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
78	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
79	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
80	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
83	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
84	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
86	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
88	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
89	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
91	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
92	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
93	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
94	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
96	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
97	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
99	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
100	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5

Nilai Skala Likert Ekspektasi Responden Hasil Kuisiонер

Responden	Butir Pernyataan																					
	Tangibility					Reability					Responsiveness				Assurance				Emphaty			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
101	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
102	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
103	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
104	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
105	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5
106	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5
108	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
109	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
110	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
111	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4
112	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4
113	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
114	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
115	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4



**LAMPIRAN D**

Nilai Skala Likert Perspsi Responden Hasil Kuisisioner

Responden	Butir Pernyataan																					
	Tangibility					Reability					Responsiveness				Assurance				Emphaty			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	5	2	5	5	2	5	2	5	5	5	5	5	5	3	2	5	2	5	5	2	5	5
2	5	5	3	2	5	2	5	5	2	2	5	2	5	4	5	5	5	5	2	5	2	5
3	2	5	5	5	5	5	5	2	4	5	4	5	2	5	2	3	5	5	2	2	2	2
4	5	4	5	2	3	2	5	3	5	2	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
5	2	2	5	4	5	2	3	2	3	2	5	2	5	2	5	2	3	2	5	2	4	4
6	5	2	5	3	2	5	2	5	4	2	5	2	2	2	5	5	5	5	5	4	2	5
7	5	2	5	2	5	5	4	5	4	5	5	2	3	2	5	2	4	2	3	2	4	5
8	2	2	2	5	2	5	3	5	2	2	3	4	5	2	5	2	2	5	5	5	2	2
9	5	2	5	5	2	5	2	3	2	2	2	5	2	5	5	2	5	3	5	2	2	5
10	5	2	5	4	2	2	3	2	3	5	5	5	2	3	3	2	2	4	5	3	3	2
11	3	5	2	2	2	5	2	2	5	2	5	3	5	3	5	2	2	3	2	5	4	4
12	4	2	4	5	2	2	2	2	3	2	2	2	5	5	2	5	2	2	5	5	2	5
13	4	5	4	2	2	2	5	5	5	2	2	3	2	4	2	2	2	4	2	5	2	3
14	5	5	5	2	4	2	2	5	2	2	5	5	5	5	2	5	5	2	5	5	3	5
15	2	2	2	5	4	2	2	2	2	2	3	2	5	2	5	2	3	4	5	4	5	5
16	2	2	2	5	2	5	5	3	2	2	5	3	2	2	2	2	5	2	2	2	2	5
17	2	3	5	5	5	5	3	5	3	2	5	5	2	2	5	2	3	5	2	2	3	5
18	5	2	5	2	2	2	2	2	2	5	5	4	5	2	5	5	5	2	5	5	4	5
19	5	5	3	5	3	4	5	2	5	3	2	4	2	3	5	2	4	2	5	5	2	5
20	2	5	2	5	2	5	5	3	2	5	2	5	5	3	2	5	2	2	2	2	5	5
21	5	5	3	2	2	2	4	2	5	5	5	3	2	2	3	3	5	5	5	5	2	5
22	5	3	5	3	3	2	4	2	2	3	5	4	5	5	3	2	5	5	2	2	5	5
23	2	5	2	5	5	3	5	2	5	5	2	5	5	4	5	2	2	5	2	5	5	2
24	5	2	5	3	5	5	2	5	5	5	3	2	5	3	5	5	3	3	5	5	2	4
25	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	3	3	5

Nilai Skala Likert Perspsi Responden Hasil Kuisisioner

Responden	Butir Pernyataan																					
	Tangibility					Reability					Responsiveness				Assurance				Emphaty			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
26	5	5	5	3	5	5	4	3	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	2	5	4	4
27	5	2	2	5	2	5	3	5	2	5	5	2	3	4	4	5	3	2	5	4	3	3
28	3	5	5	2	2	5	3	5	3	5	5	5	2	5	5	2	4	5	5	2	2	5
29	2	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	2	5	5	5
30	5	2	5	5	4	2	2	5	2	2	2	5	2	5	2	3	2	3	5	5	2	2
31	5	5	2	5	5	5	2	3	2	5	5	5	3	3	5	2	5	2	5	5	5	5
32	5	5	5	2	5	2	2	2	2	5	2	3	2	5	5	3	3	4	5	5	4	4
33	5	2	4	3	2	2	5	2	5	5	4	3	5	3	4	5	5	5	5	2	4	2
34	2	5	2	5	2	5	2	5	2	2	5	3	2	2	2	5	2	2	5	3	2	5
35	2	5	4	2	5	2	4	5	3	5	4	2	2	5	2	2	3	5	2	5	2	5
36	2	5	5	5	5	2	2	2	5	5	5	5	2	5	5	3	2	4	2	2	5	2
37	5	2	5	2	5	3	4	5	5	2	4	5	2	3	5	4	5	2	5	4	5	5
38	4	5	2	5	5	5	5	5	2	2	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
39	4	2	2	5	5	5	2	2	2	5	2	3	2	5	5	5	2	4	2	5	4	2
40	5	5	5	5	4	5	2	5	5	5	4	2	5	4	2	5	4	4	2	5	2	5
41	5	3	3	5	4	3	4	5	2	3	4	5	2	4	3	5	5	2	5	3	5	3
42	2	5	5	5	2	5	2	5	2	2	2	2	5	2	5	5	5	5	5	3	5	5
43	5	5	2	5	5	2	2	5	5	2	2	5	5	3	2	2	2	3	5	5	5	2
44	5	2	4	5	2	5	4	5	2	2	2	5	2	2	2	3	2	2	3	2	5	5
45	2	2	5	2	2	2	5	3	5	5	3	2	3	5	5	5	5	2	5	5	3	4
46	5	5	2	5	3	5	4	2	4	5	5	2	2	4	2	3	5	4	5	2	5	5
47	2	5	5	5	4	2	2	5	4	2	5	2	5	2	2	4	5	5	5	5	4	4
48	2	2	3	3	2	5	2	5	2	5	5	2	5	3	5	2	5	5	5	4	3	2
49	4	5	2	2	2	3	4	5	5	2	5	4	5	4	3	3	4	2	5	4	3	5
50	3	5	4	5	2	3	4	2	5	2	5	3	2	4	2	5	2	5	3	2	5	2

Nilai Skala Likert Perspsi Responden Hasil Kuisisioner

Responden	Butir Pernyataan																					
	Tangibility					Reability					Responsiveness				Assurance				Emphaty			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
51	2	2	5	2	5	2	2	2	2	5	2	3	5	5	2	2	5	3	5	5	5	5
52	5	5	5	3	5	3	5	2	5	2	5	3	2	5	5	5	2	4	5	5	5	2
53	5	5	5	5	2	5	5	2	2	2	5	5	5	2	2	5	5	2	2	5	4	4
54	2	2	3	5	2	2	3	2	2	2	2	3	5	5	5	3	2	5	3	5	2	5
55	5	3	2	2	2	5	2	3	5	2	5	5	2	3	5	3	2	4	2	3	5	2
56	3	2	5	3	5	5	3	3	5	2	5	5	5	5	2	2	5	5	2	5	5	5
57	5	2	5	2	2	5	2	2	2	3	2	3	5	4	5	5	3	4	5	4	3	3
58	5	5	3	2	5	5	2	5	2	2	5	5	2	2	5	4	5	5	5	2	5	5
59	2	5	5	5	2	2	5	3	2	5	5	5	2	2	2	4	5	5	5	5	5	2
60	5	2	2	5	2	5	2	5	2	5	2	4	5	3	5	5	2	4	5	5	4	5
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	5	4	2	5	4	2	5	5	4	5
62	5	2	5	2	3	2	5	2	2	5	5	3	5	4	5	2	5	4	2	2	5	2
63	5	5	2	5	5	5	2	2	2	5	2	2	5	4	5	5	5	2	2	5	5	5
64	2	3	3	2	5	5	2	5	2	3	5	2	5	5	2	4	2	5	4	2	5	5
65	5	5	5	5	2	2	5	5	5	2	2	4	5	3	4	4	2	5	4	5	2	5
66	5	5	5	5	5	2	5	5	3	3	5	2	3	5	3	3	3	2	5	2	5	5
67	5	3	5	5	3	5	5	4	2	5	2	2	5	2	5	2	5	5	3	5	2	5
68	2	5	2	5	2	5	2	2	2	5	5	2	2	2	2	4	5	2	2	2	5	5
69	2	3	3	2	5	2	2	2	2	4	5	4	2	5	3	5	5	5	3	5	5	5
70	5	5	5	2	4	3	2	5	2	3	2	2	5	5	4	2	5	5	2	2	5	5
71	2	2	2	5	5	4	2	5	5	2	5	5	5	2	2	5	5	5	5	3	5	5
72	2	2	5	3	2	2	2	2	4	3	2	5	2	4	2	5	2	3	5	5	2	5
73	5	2	2	3	3	2	5	2	2	5	4	2	2	5	5	2	5	5	2	5	3	4
74	5	3	2	5	2	5	2	5	2	5	3	5	5	4	5	4	5	4	5	3	5	5
75	5	3	5	2	5	5	2	3	2	5	3	5	5	3	5	4	3	5	3	5	4	4

Nilai Skala Likert Perspsi Responden Hasil Kuisisioner

Responden	Butir Pernyataan																					
	Tangibility					Reability					Responsiveness				Assurance				Emphaty			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
76	5	5	2	5	3	5	4	2	4	2	5	3	5	5	3	2	2	2	5	4	2	2
77	3	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	4	5	2	5	3	4	2	5	4	4	5
78	5	2	4	5	2	5	5	5	5	2	5	2	3	2	5	5	4	3	5	5	3	5
79	5	5	5	5	4	5	2	2	2	5	5	2	5	2	5	5	2	3	5	2	5	5
80	5	2	5	2	4	5	2	2	5	5	3	5	3	2	2	5	2	4	5	2	2	2
81	4	2	2	5	2	5	5	5	4	3	2	2	2	3	2	5	5	2	5	3	4	2
82	4	5	4	5	5	4	5	2	5	5	5	2	5	5	5	5	2	3	2	3	4	5
83	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	2	2	4	3	3	3	2	5	2	2	5
84	5	5	4	2	4	3	5	2	2	5	2	2	5	2	5	2	2	5	5	5	5	2
85	2	5	4	5	3	2	5	3	4	2	5	5	3	4	3	3	2	4	5	2	5	5
86	5	2	2	5	2	2	5	5	5	5	4	2	5	2	5	4	5	2	2	4	5	5
87	5	5	3	5	2	5	5	5	2	2	3	2	2	2	3	2	5	5	2	5	2	3
88	3	5	2	5	2	2	5	2	5	5	2	2	2	2	2	2	3	4	2	2	2	5
89	2	3	4	5	5	2	5	2	2	2	2	4	2	4	5	2	4	4	5	5	4	5
90	5	5	5	3	5	2	5	5	5	2	4	5	2	5	2	2	4	2	2	5	5	5
91	2	2	2	5	4	5	2	5	2	5	3	2	3	2	5	2	2	5	5	2	2	5
92	2	2	5	5	2	2	3	2	2	5	5	2	5	2	5	2	5	2	4	2	5	2
93	5	5	5	2	2	2	5	2	5	2	2	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	4	2	4	5	5	2	5	3	3	2	2	5	5	5	5	5	5	2	5	4	4	2
95	4	5	2	5	5	4	2	5	5	5	5	5	2	2	2	5	4	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	3	5	2	2	5	5	3	5	5	2	5	3	5	5	4	4	2
97	5	2	2	3	5	2	4	2	2	2	5	5	5	5	5	5	2	5	2	2	5	2
98	3	2	2	2	5	2	4	5	3	2	3	2	4	5	2	4	2	5	4	2	5	5
99	5	5	3	5	5	5	2	5	2	3	4	3	2	5	2	2	5	5	3	5	2	2
100	3	2	3	2	3	2	4	5	2	2	3	5	5	2	5	3	5	2	3	5	5	5

Nilai Skala Likert Perspesi Responden Hasil Kuisisioner

Responden	Butir Pernyataan																					
	Tangibility					Reability					Responsiveness				Assurance				Emphaty			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>101</b>	5	5	2	5	5	2	5	5	5	5	3	2	5	5	2	5	4	5	3	5	5	5
<b>102</b>	2	5	4	5	5	5	2	2	5	2	2	2	5	3	5	5	2	5	5	2	5	5
<b>103</b>	4	2	2	3	5	2	2	5	3	2	5	5	2	5	5	2	2	2	3	4	2	4
<b>104</b>	2	5	5	5	5	2	5	3	4	5	4	5	2	2	2	5	5	2	3	2	5	4
<b>105</b>	5	5	5	5	3	5	3	2	2	2	2	5	5	5	5	2	5	5	5	5	3	3
<b>106</b>	5	3	5	2	2	5	5	2	3	5	5	2	5	2	2	3	5	3	3	2	2	2
<b>107</b>	2	2	3	2	5	5	4	5	2	2	5	3	5	2	5	2	2	4	2	2	5	5
<b>108</b>	5	2	2	3	2	5	4	2	4	2	2	5	5	5	5	2	3	5	5	5	2	2
<b>109</b>	2	5	5	2	2	2	5	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2	5	3	2	5	5
<b>110</b>	5	2	4	2	3	5	2	3	3	3	2	2	5	5	3	4	2	2	3	5	3	2
<b>111</b>	5	2	5	3	4	2	2	2	5	2	2	2	3	5	2	2	5	5	5	2	2	2
<b>112</b>	5	5	2	2	4	2	2	5	3	5	5	2	5	4	5	2	5	2	5	2	5	5
<b>113</b>	4	2	4	2	5	5	5	2	4	3	5	4	5	2	5	5	4	5	5	5	5	5
<b>114</b>	4	5	2	2	2	4	2	5	2	5	5	2	2	2	2	3	2	2	2	5	4	5
<b>115</b>	2	2	5	2	5	2	3	5	3	2	5	2	5	5	5	3	2	5	5	2	5	5



**LAMPIRAN E**

## Hasil Uji Reliabilitas Dari hasil software SPSS 15

### a. Ekspektasi

#### Reliability

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis  
\*\*\*\*\*

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	138.8000	100.1655	10.0083	30

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
X1	134.1000	96.3000	.3409	.9306
X2	134.1333	95.9126	.3693	.9303
X3	134.1000	95.5414	.4837	.9290
X4	134.1333	95.6368	.4584	.9293
X5	134.1000	95.3345	.5069	.9288
X6	134.1333	95.2230	.5036	.9288
X7	134.3333	91.8851	.6541	.9268
X8	134.2333	94.1161	.5926	.9278
X9	134.2000	94.1655	.4235	.9301
X10	134.1333	94.0506	.5485	.9282
X11	134.1333	92.6713	.5546	.9282
X12	134.0333	94.9299	.6025	.9280
X13	133.9667	96.3092	.4990	.9291
X14	134.0667	94.1333	.5029	.9288
X15	134.2667	93.0989	.5021	.9290
X16	134.4000	89.9034	.5878	.9282
X17	134.2667	91.3057	.7044	.9261
X18	134.2000	93.1310	.5053	.9289
X19	134.2333	91.9092	.5988	.9275
X20	134.2667	92.0644	.7091	.9262
X21	134.0667	94.6851	.5139	.9286
X22	134.1667	93.7989	.6453	.9273
X23	134.1000	94.5759	.5926	.9279
X24	134.1000	93.7483	.6869	.9270
X25	134.1333	94.1885	.6175	.9276
X26	134.2667	92.2023	.4634	.9303
X27	134.3000	92.4241	.6737	.9267
X28	134.0667	95.7885	.4742	.9291

X29	134.2667	93.0989	.5498	.9282
X30	134.3000	92.5621	.5437	.9284
-				

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 30  
 Alpha = .9306

**b. Persepsi**

**Reliability**

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis  
 \*\*\*\*\*

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of
SCALE	87.6333	213.3437	14.6063	Variables 30

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
X1	84.0000	201.2414	.6143	.9138
X2	84.7000	203.6655	.3807	.9165
X3	84.1667	195.3851	.6819	.9121
X4	84.2000	197.4759	.6272	.9130
X5	84.0333	201.4816	.4849	.9151
X6	84.3667	202.9299	.4126	.9161
X7	84.7333	201.5126	.4398	.9157
X8	84.8333	200.7644	.4943	.9149
X9	85.0667	200.4092	.4360	.9159
X10	85.6333	198.2402	.4912	.9151
X11	84.8333	203.3851	.3154	.9179
X12	84.9667	201.6885	.4125	.9162
X13	84.7333	199.3747	.5556	.9141
X14	85.0667	203.3057	.3800	.9166

X15	84.9333	201.7885	.4840	.9151
X16	84.9000	200.3690	.4971	.9149
X17	84.9000	196.5759	.6577	.9126
X18	84.9667	198.6540	.5094	.9147
X19	84.9333	204.2023	.3530	.9169
X20	84.6333	196.1713	.6727	.9123
X21	84.3000	205.7345	.2692	.9182
X22	85.1333	202.2575	.3660	.9170
X23	84.6667	199.9540	.6336	.9134
X24	84.7333	199.3057	.4645	.9155
X25	84.5333	196.6713	.5411	.9142
X26	84.6000	197.2138	.5007	.9150
X27	84.6667	197.2644	.5372	.9143
X28	84.3000	196.9069	.6637	.9126
X29	84.6667	195.8161	.6150	.9130
X30	85.1667	198.0057	.6029	.9134

—

R E L I A B I L I T Y   A N A L Y S I S   -   S C A L E   ( A L P H A )

Reliability Coefficients

N of Cases =        30.0

N of Items = 30

Alpha =        .9175