



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN PEMERIKSA PATEN
PADA DIREKTORAT PATEN DIREKTORAT JENDERAL
HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL
DEPARTEMEN HUKUM DAN
HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA**

TESIS

**EVERY NANDA
NPM: 0706308843**

**PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI KAJIAN KETAHANAN NASIONAL**

**JAKARTA
DESEMBER 2009**

**PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS INDONESIA**



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN PEMERIKSA PATEN
PADA DIREKTORAT PATEN DIREKTORAT JENDERAL
HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL
DEPARTEMEN HUKUM DAN
HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains
(M.Si.) Kajian Ketahanan Nasional, Kekhususan Kajian Perencanaan
Strategik dan Kebijakan**

**NAMA : EVERY NANDA
NPM : 0706308843**

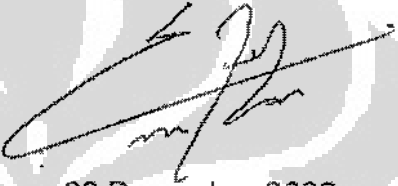
**PTOGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI KAJIAN KETAHANAN NASIONAL
PEMINATAN KAJIAN STRATEGIK PERENCANAAN
STRATEGI DAN KEBIJAKAN**

**JAKARTA
DESEMBER 2009**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip langsung maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar

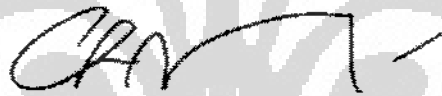
Nama : EVERY NANDA
NPM : 0706308843

Tanda Tangan : 
Tanggal : 29 Desember 2009

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS

Nama : Every Nanda
NPM : 0706308843
Program Studi : Kajian Ketahanan Nasional
Judul : Analisis Kualitas Layanan Pemeriksa Paten Pada
Direktorat Paten Direktorat Jenderal Hak Kekayaan
Intelektual Departemen Hukum Dan Hak Asasi
Manusia Republik Indonesia.

Pembimbing Tesis



Prof. Dr. Chandra Wijaya

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :
Nama : EVERY NANDA
NPM : 0706308843
Program Study : Kajian Ketahanan Nasional
Judul : ANALISIS KUALITAS LAYANAN PEMERIKSA
PATEN PADA DIREKTORAT PATEN
DIREKTORAT JENDERAL HAK KEKAYAAN
INTELEKTUAL DEPARTEMEN HUKUM DAN
HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Sains (M.Si) pada Program Studi Kajian Ketahanan Nasional Kekhususan Kajian Perencanaan Strategik dan Kebijakan, Program Pascasarjana, Universitas Indonesia

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang: Dr. Amy S. Rahayu, MSi.



Pembimbing : Prof. Dr. Chandra Wijaya.



Penguji : Drs. Pantius D. Soeling, MSi.



Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal : 29 Desember 2009

KATA PENGANTAR

Dengan Nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang, Segala Puji Bagi Allah, Salam dan Shalawat kepada Nabi Muhammad beserta Keluarga dan Sahabatnya semua. Syukur Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tesis ini sesuai dengan waktu yang ditentukan. Tesis ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Magister Sains (M.Si.) pada Program Studi Kajian Ketahanan Nasional, Kekhususan Kajian Perencanaan Strategik dan Kebijakan dengan Judul : *ANALISIS KUALITAS LAYANAN PEMERIKSA PATEN PADA DIREKTORAT PATEN DIREKTORAT JENDERAL HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DEPARTEMEN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA.*

Pada kesempatan ini, secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

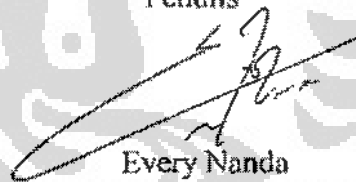
1. Ayahanda Syafri Darwis, Ibunda Syarnida, istri, adik-adik dan keluarga besar penulis yang telah memberi semangat dan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini tepat pada waktunya.
2. Bapak Prof. Dr. Chandra Wijaya selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan dukungan yang besar kepada penulis dari awal hingga selesainya penyusunan tesis ini dengan penuh rasa ikhlas dan sabar.
3. Seluruh Dosen Program Studi Pengkajian Ketahanan Nasional, Kekhususan Kajian Perencanaan Strategik dan Kebijakan yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama studi.
4. Bapak Dr. Andy N. Sommeng, Direktur Jenderal Hak Kekayaan Intelektual yang telah memberi ijin kepada penulis untuk menyelesaikan program S2 ini.
5. Bapak Ir Razilu Msi, Direktur Paten Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual yang telah memberi ijin, semangat dan do'a kepada penulis untuk bisa mengikuti dan menyelesaikan program S2 ini.

6. Seluruh Staf Sekretariat Program Studi Kajian Ketahanan Nasional, Kekhususan Kajian Perencanaan Strategik dan Kebijakan dan Staf Perpustakaan yang telah membantu penulis selama penulis mengikuti studi.
7. Teman-teman Angkatan III Program Studi Kajian Ketahanan Nasional, Kekhususan Kajian Perencanaan Strategik dan Kebijakan atas kerjasama dan bantuan selama mengikuti studi.
8. Para Konsultan HKI dan pemohon paten yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
9. Semua pihak yang telah memberikan bantuan moril dan materil untuk kelancaran studi sampai penulisan tesis ini selesai yang saya tidak dapat sebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karenanya, penulis mohon maaf dan berharap kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan tesis ini.

Jakarta, 29 Desember 2009

Penulis



Every Nanda

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMI

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

Nama : EVERY NANDA
NPM : 0706308843
Program Studi : KAJIAN KETAHANAN NASIONAL
Fakultas : Program Pascasarjana
Jenis Karya : Tesis

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:

ANALISIS KUALITAS LAYANAN PEMERIKSA PATEN PADA DIREKTORAT PATEN DIREKTORAT JENDERAL HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DEPARTEMEN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, 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 : 29 Desember 2009
Yang menyatakan



(EVERY NANDA)

ABSTRAK

Nama : EVERY NANDA
NPM : 0706308843
Program Study : Kajian Ketahanan Nasional
Judul : ANALISIS KUALITAS LAYANAN PEMERIKSA PATEN
PADA DIREKTORAT PATEN DIREKTORAT
JENDERAL HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL
DEPARTEMEN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
REPUBLIK INDONESIA

Layanan adalah suatu kegiatan yang berimplikasi pada kepuasan bagi orang atau kelompok yang menikmati layanan tersebut. Pemeriksa Paten sebagai bagian dari pemberi layanan pada Direktorat Paten Ditjen HKI berkewajiban untuk memberi layanan terbaik kepada pelanggan, dalam hal ini adalah pemohon paten.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan mengetahui kualitas layanan Pemeriksa Paten pada Direktorat Paten Ditjen HKI dan menganalisis prioritas utama dalam memperbaiki kualitas layanan Pemeriksa Paten.

Pengukuran kualitas layanan pada penelitian ini menggunakan metode SERVQUAL, dengan lima dimensi penting, yaitu: *Reliability*, *Assurance*, *Tangibles*, *Responsiveness*, dan *Empathy*, dengan membentuk tiga variabel yaitu persepsi pelanggan, harapan pelanggan, dan tingkat kepentingan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan Pemeriksa Paten saat ini belum memuaskan pelanggan. Hal ini di tandai dengan skor rata-rata untuk semua dimensi masih berada dibawah nol atau bertanda negatif, ini artinya nilai persepsi pelanggan lebih kecil dari pada harapan pelanggan. Dengan kata lain kinerja Pemeriksa Paten lebih rendah dari pada apa yang diharapkan oleh pelanggan dalam hal ini para inventor dan atau konsultan HKI.

Sementara itu tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja Pemeriksa Paten untuk semua dimensi masih berada dibawah tingkat kepuasan pelanggan. Ini berarti, perbandingan antara kinerja Pemeriksa Paten dengan harapan pelanggan belum sebanding, dimana kinerja Pemeriksa Paten atau persepsi pelanggan lebih kecil dari pada harapan pelanggan.

Kata kunci:

Pemeriksa Paten, Kualitas Layanan, SERVQUAL, Tingkat Kepuasan.

Abstract

Name : EVERY NANDA

Study Program: NATIONAL RESISTANCE STUDY

Title : SERVICE QUALITY ANALYSIS OF PATEN EXAMINERS
AT DIRECTORATE GENERAL INTELLECTUAL
PROPERTY RIGHTS OF DEPARTMENT OF JUSTICE
AND HUMAN RIGHTS REPUBLIC OF INDONESIA

Service is an activity having implication to satisfaction for people or organization enjoying the service. Patent Examiners as part of service provider at Directorate Patent of Directorate General of Intellectual Property Rights obliged to give the best service to customers. In this case is patent aplicant or patent attorney.

The aim of this research is to measure and knows service quality of Patent Examiners at Directorate Patent of Directorate General Intellectual Property Rights and analyses main priority to improve service quality of Patent Examiners.

Measurement of service quality at this research applies SERVQUAL Model and it contains of the 5 dimension that is: Reliability, Assurance, Tangibles, Responsiveness, and Empathy, by forming three variables such as customers perception, customers expectation and level of customers importance.

Result of this research indicates that the existing service quality of Patent Examiners has not gratified customers. This thing marked by mean score for all dimension stays under null or having sign negativity, this mean that perception values of customers are smaller than customers expectation. Equally Patent Examiners performance are lower than at what expected by customers in this case the inventor and or patent attorney.

Meanwhile level of customers satisfaction to patent examiners performance for all dimension still residing in under level of customers satisfaction. This mean that comparison between Patent Examiners performance on the chance of customers has not proportional, where Patent Examiners performance or perception of customers are smaller than customers expectation.

Keywords:

Patent examiner, service quality, level of satisfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian	7
1.4 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pengertian Layanan	9
2.1.2 Kualitas Layanan	14
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	18
2.1.4 Keterkaitan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan	24
2.2 Tinjauan Penelitian Sebelumnya	27
2.3 Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel	32
3.3 Teknik Pengukuran Variabel Penelitian	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4.1 Pengumpulan Data Primer	34
3.4.2 Pengumpulan Data Sekunder	35
3.5 Instrumen Penelitian	35
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	37
3.6.1 Teknik Pengolahan Data	37

3.6.2 Teknik Analisis Data	37
3.6.2.1 Uji Validitas Data	38
3.6.2.2 Uji Reliabilitas Data	39
3.6.2.3 Analisis Kualitas Layanan	40
3.6.2.4 Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan	41
3.7 Batasan Penelitian	41
BAB IV ANALISIS DATA PENELITIAN	42
4.1 Karakteristik Sampel Penelitian	43
4.2 Analisis Uji Validitas Data	44
4.3 Analisis Uji Reliabilitas Data	48
4.4 Gambaran Umum Variabel Penelitian	50
4.4.1 Persepsi Pelanggan	50
4.4.2 Harapan Pelanggan	59
4.4.3 Tingkat Kepentingan	67
4.5 Analisis Kualitas Layanan	78
4.5.1 Dimensi Reliability	82
4.5.2 Dimensi Assurance	83
4.5.3 Dimensi Tangibles	84
4.5.4 Dimensi Responsiveness	85
4.5.5 Dimensi Emphaty	87
4.6 Analisis Dimensi Prioritas Layanan	88
4.7 Upaya Untuk Meningkatkan Layanan	94
4.8 Implikasi Kebijakan	95
BAB V Kesimpulan Dan Saran	
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

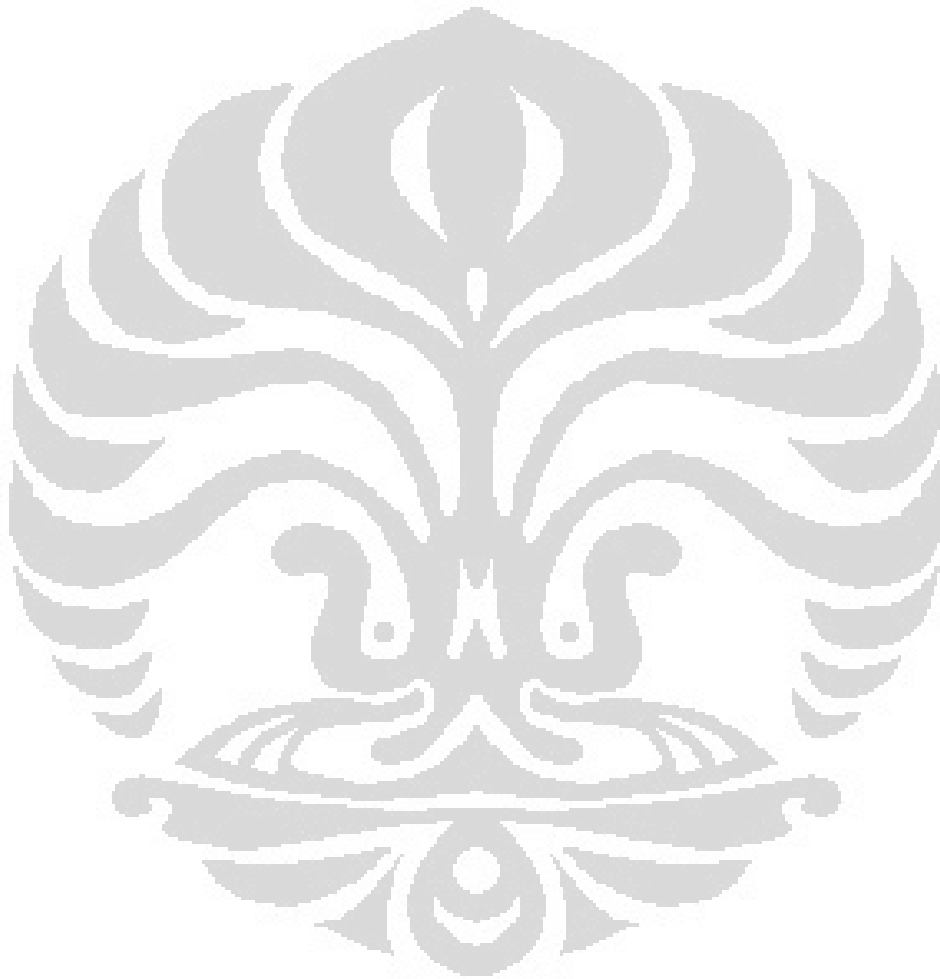
Halaman

2.1 Penelitian Sebelumnya	28
2.2 Indikator Kualitas Layanan	30
3.1 Indikator Variabel Metode SERVQUAL	36
4.1 Karakteristik Sampel Penelitian	44
4.2 Uji Validitas Data Menurut 5 Dimensi SERVQUAL	47
4.3 Uji Reliabilitas Data Menurut 5 Dimensi SERVQUAL	49
4.4 Skor Persepsi Pelanggan Dimensi Reliability	50
4.5 Skor Persepsi Pelanggan Dimensi Assurance	52
4.6 Skor Persepsi Pelanggan Dimensi Tangibles	53
4.7 Skor Persepsi Pelanggan Dimensi Responsiveness	55
4.8 Skor Persepsi Pelanggan Dimensi Empathy	57
4.9 Skor Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Pemeriksa Paten Menurut Model SERVQUAL	58
4.10 Skor Harapan Pelanggan Dimensi Reliability	59
4.11 Skor Harapan Pelanggan Dimensi Assurance	61
4.12 Skor Harapan Pelanggan Dimensi Tangibles	62
4.13 Skor Harapan Pelanggan Dimensi Responsiveness	64
4.14 Skor Harapan Pelanggan Dimensi Empathy	65
4.15 Skor Harapan Pelanggan Model SERVQUAL	67
4.16 Skor Tingkat Kepentingan Pelanggan Dimensi Reliability	68
4.17 Skor Tingkat Kepentingan Pelanggan Dimensi Assurance	70
4.18 Skor Tingkat Kepentingan Pelanggan Dimensi Tangibles	72
4.19 Skor Tingkat Kepentingan Dimensi Responsiveness	74
4.20 Skor Tingkat Kepentingan Pelanggan Dimensi Empathy	76
4.21 Skor Tingkat Kepentingan Pelanggan Model SERVQUAL	78
4.22 Skor dan Nilai rata-rata Kualitas Layanan Pemeriksa Paten	79
4.23 Skor Kualitas Layanan untuk Dimensi SERVQUAL	81
4.24 Tingkat Kepuasan Pelanggan Dimensi Reliability	82
4.25 Tingkat Kepuasan Pelanggan Dimensi Assurance	83
4.26 Tingkat Kepuasan Pelanggan Dimensi Tangibles	84
4.27 Tingkat Kepuasan Pelanggan Dimensi Responsiveness	86
4.28 Tingkat Kepuasan Pelanggan Dimensi Empathy	87
4.29 Tingkat Kepuasan Pelanggan Menurut Model SERVQUAL	88
4.30 Nilai rata-rata Tingkat Kepentingan Pelanggan Dimensi Reliability	89
4.31 Nilai rata-rata Tingkat Kepentingan Pelanggan Dimensi Assurance	90
4.32 Nilai rata-rata Tingkat Kepentingan Pelanggan Dimensi Tangibles	90
4.33 Nilai rata-rata Tingkat Kepentingan Pelanggan Dimensi Responsiveness	91
4.34 Nilai rata-rata Tingkat Kepentingan Pelanggan Dimensi Empathy	92
4.35 Nilai rata-rata Tingkat Kepentingan Pelanggan Dan Prioritas Perbaikan Layanan	93

DAFTAR GAMBAR

Halaman

1.1 Permohonan Paten Lokal dan Asing dari tahun 1991-2007	4
2.1 Model Konseptual Kualitas Layanan	21
2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan	25



Bab I

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk yang mempunyai kecerdasan intelektual, dari intelektual yang dimilikinya maka tercipta karya-karya yang berguna bagi kehidupan manusia itu sendiri, baik berupa teknologi, ilmu pengetahuan, seni dan lain-lain. Kekayaan intelektual yang dimiliki manusia tersebut merupakan aset tak berwujud (*intangible*) yang secara naluri mempunyai hak untuk:

1. Dilindungi,
2. Mendapatkan pengakuan,
3. Mendapatkan penghargaan.

Perlindungan, pengakuan dan penghargaan kekayaan intelektual tersebut diatur sepenuhnya oleh negara yang dikenal dengan sistem Hak kekayaan Intelektual (HKI). Joseph Stiglitz (2006:107) berpendapat bahwa hak kekayaan intelektual memberikan hak eksklusif bagi pemilik kekayaan tersebut untuk menggunakannya. Ini adalah suatu yang sifatnya monopoli. Orang lain tidak boleh menggunakan karya pemilik kekayaan, kecuali dengan membayar *fee*. Perlindungan kekayaan intelektual ditentukan untuk menjamin bahwa para inventor, penulis, dan orang-orang yang menginvestasikan uang dan waktu mereka dalam aktifitas kreatif menerima kembali uang mereka yang telah diinvestasikan.

Secara garis besar HKI dibagi dalam dua bagian, yaitu:

1. Hak cipta (*copyright*),
2. Hak kekayaan industri (*industrial property rights*) yang dibagi dalam 6 bagian yaitu:

- a. Paten (*patent*),
- b. Desain industri (*industrial design*),
- c. Merek (*trademark*),
- d. Penanggulangan praktik persaingan curang (*repression of unfair competition*),
- e. Desain tata letak sirkuit terpadu (*layout design of integrated circuit*),
- f. Rahasia dagang (*trade secret*).

Sistem HKI juga merupakan hak privat (*private rights*), dimana seseorang bebas untuk mengajukan permohonan atau mendaftarkan hasil karya intelektualnya atau tidak. Hak eksklusif yang diberikan negara kepada individu pelaku HKI (inventor, pencipta, pendesain dan sebagainya) adalah dimaksudkan sebagai penghargaan atas hasil karya intelektual dan sebagai motivasi bagi orang lain untuk dapat mengembangkannya. Disamping itu sistem HKI juga sebagai sistem dokumentasi atas kekayaan intelektual masyarakat, sehingga dapat dijadikan sebagai bukti untuk mencegah dihasilkannya teknologi atau karya seni yang sama. Dengan dukungan dokumentasi tersebut, maka diharapkan masyarakat dapat memanfaatkan sistem HKI untuk keperluan hidupnya.

Perkembangan HKI dimulai dari Venesia di Tahun 1474 dengan mengenalkan *Litterae Patentes* atau “surat terbuka” atau *Letters Patents* dan diberikan kepada para saudagar yang memiliki kemampuan menarik¹. Pada saat itu siapa saja menemukan teknologi yang dianggap baru (novel) diberikan perlindungan 10 tahun dan memperoleh *Litterae Patentes* atau sertifikat Paten.²

Pada Tahun 1623, Inggris mengesahkan *Statute of Monopoly* yang merupakan wewenang Ratu untuk memberikan monopoli Paten

¹ Insan Budi Maulana, 2007, “Media HKI, vol IV/No.6/Desember 2007, hal 5”

².Ibid

untuk sesuatu hal yang baru dan penemuan atau invensi yang berguna dengan jangka waktu terbatas.³ Hak monopoli itu diberikan agar para inventor termotivasi untuk melakukan invensi-invensi baru berikutnya yang merupakan solusi atas suatu permasalahan yang terjadi dalam dunia perdagangan dan industri.

Dari sinilah orang semakin terpacu untuk melakukan invensi-invensi baru dalam bidang teknologi dan industri, perubahan yang sangat cepat ini orang menyebutnya dengan revolusi industri, terjadi di Inggris sekitar Tahun 1760-an. Solusi pada waktu itu adalah menggantikan tenaga manusia dan hewan dengan tenaga mesin—setelah dikenalkan mesin uap oleh James Watt—sehingga pekerjaan industri menjadi lebih cepat.

Perkembangan teknologi ini juga merubah sistem tentang Paten, seperti misalnya suatu invensi yang akan diberi Paten harus dibuat dalam bentuk uraian deskripsi yang mengungkapkan invensi tersebut, klasifikasi Paten dan sebagainya.

Di Indonesia istilah Paten sudah dikenal sejak jaman pemerintahan kolonial Belanda yaitu sekitar Tahun 1840-an. Selanjutnya undang-undang Paten mulai diatur Tahun 1910 dan Indonesia waktu itu sudah menjadi anggota *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* Tahun 1893 sampai 1936.

Pada jaman pemerintahan Jepang undang-undang tersebut juga masih berlaku. Namun setelah merdeka UU Paten ini tidak berlaku lagi, karena dalam UU tersebut menyebutkan permohonan Paten dapat dilakukan di Indonesia sedangkan pemeriksaannya dilakukan di Belanda.

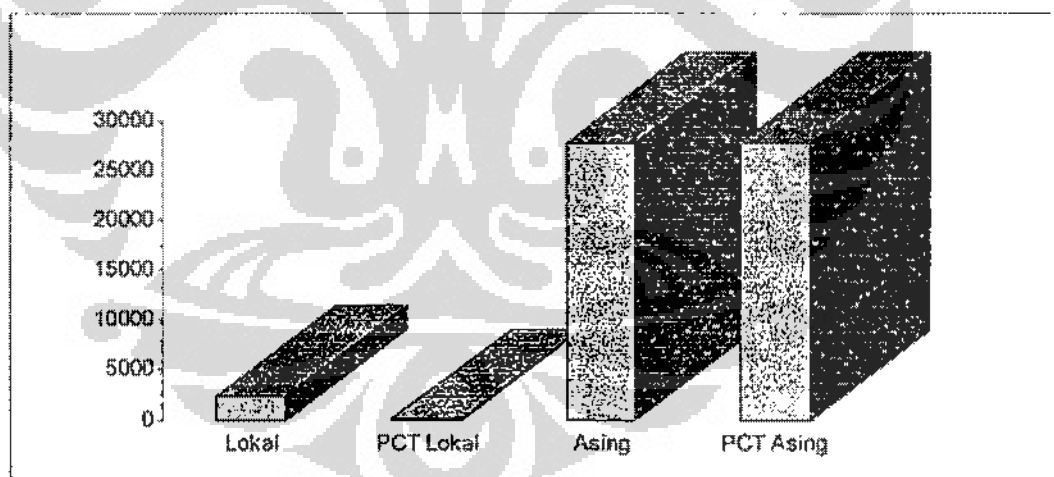
Dewasa ini di era globalisasi dimana batas-batas negara menjadi terbuka luas, membuat arus informasi dan teknologi menjadi

³ Ibid

semakin deras, khususnya dari negara-negara industri kepada negara-negara berkembang seperti Indonesia. Seiring dengan mengalirnya produk-produk industri dari negara-negara industri kepada negara-negara berkembang, maka permohonan Paten yang masuk dari negara-negara industri juga semakin besar. Hal ini dapat dilihat dalam Gambar 1.1.

Dari Gambar 1, total permohonan Paten Lokal dari Tahun 1991 sampai 2007 adalah 2401 dokumen dan yang didaftarkan melalui PCT⁴ sebanyak 24 dokumen, sedangkan total permohonan Paten Asing adalah 27794 dokumen dan yang didaftarkan melalui PCT sebanyak 27812 dokumen.

Gambar 1.1
Permohonan Paten Lokal dan Asing dari Tahun 1991-2007.



Sumber: Laporan Tahunan Ditjen HKI Tahun 2007

Untuk menentukan kebaruan dan layak diberi Paten, maka setiap permohonan Paten terlebih dahulu harus dilakukan pemeriksaan, yang disebut dengan pemeriksaan substantif dan hanya

⁴ Patent Cooperation Treaty (PCT) adalah perjanjian hukum Paten Internasional, ditandatangani Tahun 1970.

dilakukan oleh Pemeriksa Paten. Hal tersebut telah ditetapkan dalam Undang-undang Nomor 14 Tahun 2001 tentang Paten, bahwa "Pemeriksa Paten" adalah seseorang yang karena keahliannya diangkat dengan Keputusan Menteri sebagai pejabat fungsional Pemeriksa Paten dan ditugasi untuk melakukan pemeriksaan substantif terhadap permohonan Paten".

Pemeriksaan substantif tersebut mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:

- (a) Klasifikasi invensi;
- (b) Penelusuran invensi;
- (c) Pemeriksaan kebaruan (*novelty*);
- (d) Pemeriksaan langkah inventif (*inventive step*);
- (e) Pemeriksaan kelayakan dalam industri;
- (f) Korespondensi dengan pemohon atau kuasanya; dan
- (g) Memberikan pertimbangan keputusan akhir (diberi atau ditolak).

Lamanya waktu pemeriksaan substantif diatas adalah paling lama 36 bulan terhitung sejak tanggal pengajuan permohonan pemeriksaan substantif, sebagaimana ditetapkan dalam Undang-undang Paten.

Dengan melihat banyaknya permohonan Paten Asing dibanding Paten Lokal, maka Pemeriksa Paten dituntut untuk memberikan layanan yang komunikatif, efektif, tepat waktu dan dapat diandalkan sehingga proses pemeriksaan tidak berlarut-larut yang mengakibatkan *backlog* dan berkurangnya kepercayaan bangsa Asing kepada Indonesia, sehingga tidak mau lagi mendaftarkan Patennya ke Indonesia. Jika hal ini terjadi otomatis pendapatan Indonesia terhadap Paten juga berkurang.

Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis ingin mengukur kualitas layanan yang diberikan oleh Pemeriksa Paten dalam proses

pemeriksaan Paten dengan metode yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1990:23) dengan metode SERVQUAL, yang meliputi dimensi berikut ini:

- (a) *Tangibles* (berwujud). Meliputi penampilan fisik atau fasilitas, peralatan, karyawan dan alat-alat komunikasi;
- (b) *Reliability* (keandalan), yakni kemampuan untuk melaksanakan layanan yang telah dijanjikan secara konsisten dan dapat diandalkan;
- (c) *Responsiveness* (cepat tanggap), yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan menyediakan layanan yang cepat dan tepat;
- (d) *Assurance* (kepastian), mencakup pengetahuan dan keramahan para karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan; dan
- (e) *Empathy* (empati), meliputi pemahaman pemberian perhatian secara individual kepada pelanggan, kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan pelanggan.

1.2. Rumusan Masalah

Dari gambaran uraian tersebut diatas maka penelitian sekarang adalah ingin mengetahui :

1. Bagaimana Kualitas layanan Pemeriksa Paten pada Direktorat Paten Ditjen HKI ?
2. Faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan dalam layanan pemeriksaan Paten pada Direktorat Paten Ditjen HKI ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui kualitas layanan Pemeriksa Paten pada Direktorat Paten Ditjen HKI.
2. Mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dalam layanan pemeriksaan Paten pada Direktorat Paten Ditjen HKI.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dapat berimplikasi terhadap lahirnya kebijakan dalam upaya meningkatkan kualitas layanan Pemeriksa Paten pada Direktorat Paten Ditjen HKI.
2. Dapat menjadi rujukan bagi siapa saja untuk melakukan penelitian lebih lanjut, atau mengembangkannya terutama yang berkaitan dengan kualitas layanan pemeriksaan Paten.

1.4 Sistematika Penulisan

Bab I. : Pendahuluan

Berisikan latar belakang masalah, dilanjutkan dengan rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II. : Tinjauan Teori

Mengungkapkan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini, tinjauan penelitian sebelumnya dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian.

Bab III : Metode Penelitian.

Mengungkapkan uraian singkat metode penelitian, populasi dan sampel, teknik perlakuan data, dan lain-lain yang berkaitan dengan penelitian.

Bab IV : Analisis Data.

Menjabarkan secara rinci hasil penelitian kualitas layanan, dengan menggunakan metode SERVQUAL. Hasil penelitian berupa deskriptif statistik, tabel-tabel, analisis dan implikasi kebijakan.

Bab V : Kesimpulan dan Saran.

Bab II

Tinjauan Pustaka

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Layanan

Secara umum layanan dapat diartikan sebagai memberikan bantuan kepada orang lain yang mempunyai kepentingan terhadap kita. Lebih luas lagi layanan publik mempunyai arti memberikan bantuan kepada orang lain atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan prosedur yang sudah ditetapkan. Pegawai Pemerintah contohnya adalah sebagai pelayan publik, pada pokoknya mereka adalah melayani kepentingan masyarakat. Mereka tidak dilayani oleh masyarakat, tetapi melayani masyarakat serta menciptakan kondisi yang membuat masyarakat mempunyai kesan baik terhadap Pemerintah dari layanan yang diberikan kepada masyarakat itu, serta dapat mengembangkan kemampuan dan kreativitas masyarakat demi mencapai tujuan bersama.

Sedangkan secara etimologis arti layanan dalam kamus bahasa Indonesia karangan Poerwadarminta, yaitu berasal dari kata "layan" yang berarti membantu, menyiapkan, mengurus apa-apa yang diperlukan seseorang. Kemudian layanan dapat diartikan sebagai:

1. Perihal/cara melayani,
2. Servis/jasa,
3. Sehubungan dengan jual beli barang atau jasa (Poerwadarinta, 1995:671).

Dengan demikian kata layanan dapat juga diartikan sebagai perbuatan yang diberikan untuk membantu,

menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak kepada pihak lain.

Macaulay dan Cook (1997:12) mengatakan bahwa layanan merupakan citra perusahaan. Sehingga dari layanan yang diberikan oleh pegawai, maka pelanggan akan mempunyai kesan baik atau tidak baik. Jika layanan yang diberikan baik, maka citra perusahaan akan baik, sebaliknya jika layanan kurang baik maka citra perusahaan akan tidak baik dimata pelanggan. Jadi dari setiap layanan yang diberikan akan menimbulkan persepsi baik atau tidak baik bagi pelanggan.

Davidow dan Uttal (1992:2) mendefinisikan tentang layanan sebagai berikut:

"Customer service means all features, act, and information that augment the customer's ability to realize the potensial value of core product or service".

Yang maksudnya adalah: layanan terhadap pelanggan merupakan segala bentuk, kegiatan, informasi yang menambah kemampuan pelanggan untuk menyadari pentingnya nilai dari suatu produk atau layanan inti. Dalam arti luas, layanan merupakan usaha yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan.

Sementara itu menurut Instruksi Presiden Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perbaikan dan Peningkatan Mutu Layanan, dinyatakan bahwa hakekat layanan publik adalah:

1. Meningkatkan mutu produktivitas pelaksanaan tugas dan fungsi instansi pemerintah di bidang layanan publik;
2. Mendorong upaya mengefektifkan sistem dan tata laksana layanan, sehingga layanan publik dapat diselenggarakan secara berdaya guna dan berhasil guna;
3. Mendorong tumbuhnya kreativitas, prakarsa dan peran serta masyarakat dalam pembangunan serta dengan meningkatkan kesejahteraan masyarakat luas.

Oleh karena itu dalam layanan publik harus mengandung unsur-unsur dasar sebagai berikut :

1. Hak dan kewajiban bagi pemberi layanan maupun pelanggan harus jelas dan diketahui secara pasti oleh masing-masing pihak;
2. Pengaturan setiap bentuk layanan publik harus disesuaikan dengan kondisi kebutuhan dan kemampuan masyarakat berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku dengan tetap berpegang teguh pada efisiensi dan efektivitas;
3. Kualitas, proses dan hasil layanan publik harus diupayakan agar dapat memberi keamanan, kenyamanan, kepastian hukum yang dapat dipertanggungjawabkan;
4. Apabila layanan publik yang diselenggarakan oleh Pemerintah terpaksa harus mahal, maka instansi Pemerintah yang bersangkutan berkewajiban memberi peluang kepada masyarakat untuk ikut menyelenggarakannya.

Layanan publik oleh Lembaga Administrasi Negara (1998) diartikan sebagai segala bentuk kegiatan pelayanan

umum yang dilaksanakan oleh Instansi Pemerintah di Pusat, di Daerah dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara/Daerah dalam bentuk barang dan atau jasa baik dalam rangka upaya kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Untuk dapat mencapai tujuan yang diharapkan oleh pelanggan, dimana pelanggan merasa puas terhadap layanan, maka dalam memberikan layanan perlu pengelolaan atau manajemen yang baik. Malayu dan Hasibuan (1990:1) mendefinisikan manajemen sebagai "Ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu."

Teori lain tentang layanan dikemukakan oleh Soeling (1997:17), Soeling mengatakan bahwa layanan memerlukan sikap yang positif dihadapan pelanggan. Seperti bertutur kata yang baik, ramah dalam menanggapi pelanggan, pakaian yang sopan dan gerak gerik yang tidak menunjukkan sikap negatif. Meskipun semua itu bukanlah menjadi faktor utama dalam melayani pelanggan, tapi paling tidak kesan pertama dalam melayani pelanggan akan membuat pelanggan mempunyai persepsi positif dan mau berurusan dengan kita dan kemungkinan untuk datang kembali dimasa datang akan terbuka lebar, bahkan bisa sebagai media sponsor secara tidak langsung, dengan mengatakan kepada orang lain bahwa layanan yang diterima di sana baik dan memuaskan.

Layanan yang baik dan profesional paling tidak mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Sederhana, dalam arti tidak memakan waktu lama dalam memberikan layanan. Instruksi yang disampaikan mudah dipahami oleh pelanggan.
2. Efektif, lebih mengutamakan pada pencapaian apa yang menjadi tujuan dan sasaran;
3. Kejelasan dan kepastian (transparan), mengandung arti adanya kejelasan dan kepastian tentang :
 - a. Prosedur/tata cara layanan;
 - b. Persyaratan layanan, baik persyaratan teknis maupun persyaratan administratif;
 - c. Unit kerja dan atau pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan layanan;
 - d. Rincian biaya/tarif layanan dan tata cara pembayarannya;
 - e. Jadwal waktu penyelesaian layanan.
4. Keterbukaan, mengandung arti prosedur/tata cara persyaratan, satuan kerja/pejabat penanggungjawab pemberi layanan, waktu penyelesaian, rincian waktu/tarif serta hal-hal lain yang berkaitan dengan proses layanan wajib diinformasikan secara terbuka agar mudah diketahui dan dipahami oleh masyarakat, baik diminta maupun tidak diminta;
5. Efisiensi, mengandung arti :
 - a. Persyaratan layanan hanya dibatasi pada hal-hal yang berkaitan langsung dengan pencapaian sasaran layanan dengan tetap memperhatikan keterpaduan antara persyaratan dengan produk layanan yang berkaitan;

b. Dicegah adanya pengulangan pemenuhan persyaratan, dalam hal proses layanan masyarakat.

6. Ketepatan waktu, kriteria ini mengandung arti pelaksanaan layanan masyarakat dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan;
7. Responsif, lebih mengarah pada daya tanggap dan cepat menanggapi apa yang menjadi masalah, kebutuhan dan aspirasi masyarakat yang dilayani;
8. Adaptif, cepat menyesuaikan terhadap apa yang menjadi tuntutan, keinginan dan aspirasi masyarakat yang dilayani yang senantiasa mengalami tumbuh kembang.

2.1.2 Kualitas Layanan

Sampai saat ini adalah sulit untuk mengukur kualitas layanan, karena kualitas layanan atau jasa merupakan sesuatu yang bersifat tidak berwujud (*intangible*), karena menyangkut kepada kinerja, bukan barang yang dapat dilihat dan bersifat nyata (*tangible*). Dia cepat pudar dan hilang, hanya dapat dirasakan dari pada dimiliki oleh pengguna jasa layanan. Oleh karena itu penting sekali untuk mengevaluasi dan mengukur kualitas layanan suatu organisasi agar pelanggan atau pengguna jasa tidak hilang atau lari ke penyedia jasa lain. Fandy Tjiptono (1995) mengemukakan pengertian kualitas adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian dengan persyaratan;
2. Kecocokan untuk pemakaian;
3. Perbaikan berkelanjutan;
4. Bebas dari kerusakan/cacat;

5. Pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat;
6. Melakukan segala sesuatu secara benar;
7. Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

Menurut Goetsh dan Davis (1994) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dengan demikian maka kualitas layanan menjadi suatu hal yang harus diperhatikan dalam suatu kegiatan layanan.

Lovelock (1992:229) dan Kusselman (1987:294), mengungkapkan bahwa kualitas layanan diartikan sebagai tingkat kualitas yang baik sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Jadi bisa dikatakan bahwa kualitas layanan yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan maka disebut cacat atau *defect* atau *waste*. Cacat disini tidak hanya untuk benda dan barang saja, tetapi pada layanan juga bisa dikatakan cacat jika tidak sesuai dengan keinginan pelanggan. Sebagai contoh adalah cacat jika dalam pengurusan Paten yang seharusnya 3 tahun, ternyata memakan waktu 3,5 tahun atau lebih. Dengan demikian pengawasan kualitas dirasakan sangat perlu dilaksanakan untuk mencapai kualitas yang baik sesuai dengan keinginan konsumen.

Sementara itu Parasuraman (1984:84) mengungkapkan bahwa ada dua faktor penting yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu layanan yang diharapkan dan layanan yang dipersepsikan. Jika pelanggan (*stake holder*) mendapatkan layanan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan bisa dipersepsikan baik atau memuaskan. Sebaliknya bila *stake holder* mendapatkan layanan tidak sesuai dengan yang

diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan. Persepsi yang buruk terhadap kualitas layanan akan mengakibatkan pelanggan enggan atau tidak berminat lagi pada penyedia layanan. Kondisi ini berarti bahwa baik buruknya kualitas layanan tergantung pada penyedia layanan.

Untuk mengukur kualitas layanan terdapat metode yang sudah terkenal yaitu metode SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1990:23) mengemukakan ada 10 dimensi yang harus diperhatikan dalam mengukur kualitas layanan, yaitu sebagai berikut :

1. *Tangible*, (Nyata/berwujud) terdiri atas sesuatu yang bersifat fisik, seperti personil, peralatan, dan alat komunikasi;
2. *Reliability* (keandalan), terdiri dari kemampuan unit layanan dalam menciptakan layanan yang dijanjikan dengan tepat waktu;
3. *Responsiveness* (cepat tanggap), kemauan (*willingness*) untuk membantu pelanggan dan bertanggung jawab terhadap kualitas layanan yang diberikan;
4. *Competence* (kompetensi), pengetahuan dan ketrampilan yang baik oleh aparatur dalam memberikan layanan;
5. *Courtesy* (keramahan), sikap atau perilaku ramah, bersahabat, tanggap terhadap keinginan konsumen serta mau melakukan kontak atau hubungan pribadi;
6. *Credibility* (kepercayaan), sikap jujur dalam setiap upaya untuk menarik kepercayaan masyarakat;
7. *Security* (keamanan), jasa layanan yang diberikan harus bebas dari berbagai bahaya dan resiko;

8. *Access* (kemudahan), terdapat kemudahan untuk mengadakan kontak dan pendekatan;
9. *Communication* (komunikasi), kemauan pemberi layanan untuk mendengarkan suara, keinginan atau aspirasi pelanggan, sekaligus kesediaan untuk selalu menyampaikan informasi baru kepada masyarakat;
10. *Understanding the customer* (pemahaman pelanggan), melakukan segala usaha untuk mengetahui kebutuhan pelanggan.

Namun dari sepuluh dimensi pengukuran kualitas layanan tersebut diatas, Parasuraman dan kawan-kawan hanya memfokuskan pada 5 dimensi (ukuran) layanan, yaitu:

- (a) *Tangibles* (berwujud), meliputi penampilan fisik atau fasilitas, peralatan, karyawan dan alat-alat komunikasi;
- (b) *Reliability* (keandalan), yakni kemampuan untuk melaksanakan layanan yang telah dijanjikan secara konsisten dan dapat diandalkan;
- (c) *Responsiveness* (cepat tanggap), yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan menyediakan layanan yang cepat dan tepat;
- (d) *Assurance* (kepastian), mencakup pengetahuan dan keramah-tamahan para karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan; dan
- (e) *Empathy* (empati), meliputi pemahaman pemberian perhatian secara individual kepada pelanggan, kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan pelanggan.

Tjiptono (2000:54) menyebutkan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan yang memungkinkan bagi perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan.

2.1.3 Kepuasan Pelanggan

Pengertian kepuasan pelanggan adalah perbedaan antara harapan (*expectations*) dan kinerja yang dirasakan. Kotler (2000:36) berpendapat bahwa tingkat kepuasan adalah:

“Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a product's perceived performance (or outcome) in relation to his or her expectation's.”

Maksudnya, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan seorang pembeli misalnya akan muncul setelah membandingkan kualitas layanan atau produk yang dibeli dengan harapan dari pembelian tersebut.

Untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan, Lupiyoadi (2001:158) menyatakan bahwa ada lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:

- (a) Kualitas produk; pelanggan merasa puas jika hasil pengamatan mereka menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas;
- (b) Kualitas layanan; pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan layanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan;
- (c) Emosional; pelanggan akan merasa bangga jika menggunakan produk yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan lebih tinggi;
- (d) Harga; pelanggan akan puas jika produk yang berkualitas tinggi tapi dengan harga yang relatif murah; dan
- (e) Biaya; pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan layanan atau produk.

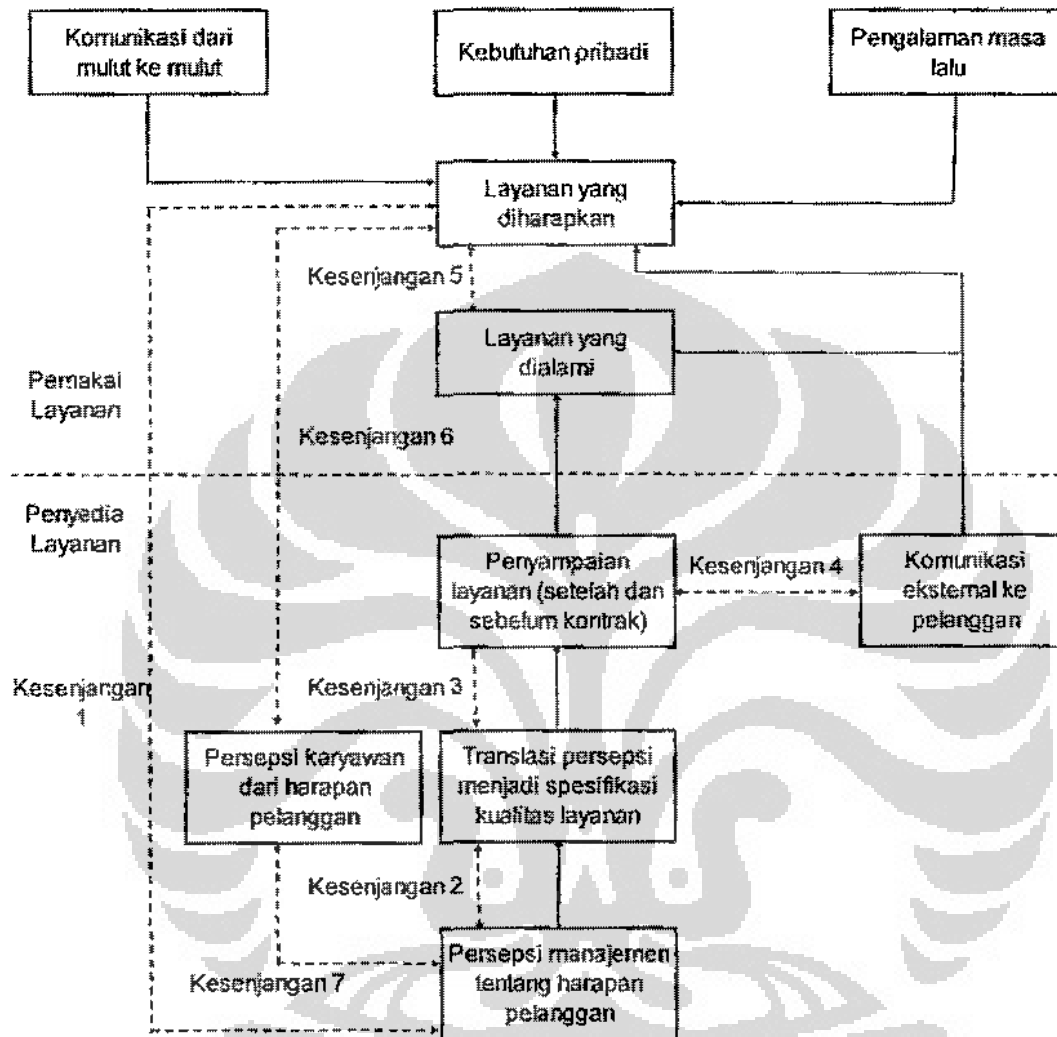
Dari lima faktor utama diatas, maka perusahaan harus dapat mengadakan layanan yang berkualitas dan konsisten yang sesuai dengan harapan pelanggan. Dalam hal ini pelanggan akan membandingkan layanan yang dirasakan (*perceived services*) dengan layanan yang diharapkan (*expected services*). Jika layanan yang diterima atau dirasakan oleh pelanggan berada dibawah layanan yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa tidak puas, dengan sendirinya kepercayaan pelanggan terhadap penyedia layanan jadi pudar dan hilang, otomatis pendapatan perusahaan akan menurun dan ini membahayakan kelangsungan hidup perusahaan dan karyawannya. Sebaliknya jika layanan yang dirasakan oleh pelanggan lebih besar dari yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa puas sehingga kepercayaan pelanggan terhadap

penyedia layanan terjaga dan kelangsungan hidup perusahaan dan karyawannya menjadi terjamin. Oleh karena itu perusahaan harus peka terhadap keinginan pelanggan baik secara umum maupun khusus.

Parasuraman, et al (1985) mengemukakan ada tujuh kesenjangan dalam konsep kualitas layanan seperti ditunjukkan dalam Gambar 2.1. Tiga kesenjangan yang lebih penting adalah kesenjangan 1, kesenjangan 5 dan kesenjangan 6 karena berhubungan langsung dengan pelanggan.

- (a) Kesenjangan 1: Kesenjangan antara harapan pelanggan dengan persepsi manajemen (*Gap between the customers expectations and the management perceptions*). Pihak manajemen kurang memahami keinginan pelanggan, dan terlalu banyak lapisan manajemen. Parasuraman et al (1990) dalam penelitiannya menyatakan ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi kesenjangan ini, yaitu:
- ❖ Manajer sebagai pengambil keputusan kurang mempergunakan atau bahkan tidak menggunakan hasil penelitian pasar terhadap produk yang ditawarkannya.
 - ❖ Tidak adanya komunikasi yang efektif antara karyawan yang langsung berhadapan dengan pelanggan dengan pihak manajer sebagai penentu kebijaksanaan.
 - ❖ Terlalu banyak tingkatan birokrasi yang ada antara karyawan yang langsung berhadapan dengan pelanggan dengan manajer sebagai penentu kebijaksanaan.

Gambar. 2.1.
Model konseptual kualitas layanan – Model analisis kesenjangan



Sumber: Parasuraman, et al., 1985; Curry, 1999; Luk and Layton, 2002.

- (b) Kesenjangan 2: kesenjangan antara persepsi manajemen dengan spesifikasi kualitas layanan (*Gap between management perceptions and service quality specification*). Pihak manajemen tidak memperhatikan kualitas layanan atau tidak membuat standar kualitas yang jelas. Kesenjangan ini terjadi karena:

- ❖ Tidak adanya atau kurangnya komitmen dari manajer bahwa kualitas layanan merupakan kunci dari strategi mencapai tujuan.
- ❖ Ketidakyakinan manajer bahwa harapan pelanggan tersebut dapat dipenuhi.
- ❖ kekurangan sumber daya, baik peralatan maupun manusianya.

(c) Kesenjangan 3: Kesenjangan antara penyajian layanan dengan komunikasi eksternal (*Gap between service quality specifications and service delivery*). Dalam memberikan layanan, karyawan dituntut untuk memberikan layanan yang baik, namun karyawan juga harus dimotivasi dengan imbalan atau sejenisnya agar dapat memberikan layanan yang baik kepada pelanggan. Banyak faktor yang mempengaruhi pemberian layanan, seperti ketrampilan dan kompetensi karyawan, moral karyawan, peralatan yang digunakan, pemberian penghargaan dan lain-lain. Kesenjangan ini disebabkan oleh beberapa faktor antara lain:

- ❖ Karyawan tidak mengerti apa yang diharapkan oleh manajer atau atasan mereka dari layanan yang mereka berikan serta bagaimana cara memenuhi harapan tersebut.
- ❖ Adanya standar yang saling bertentangan satu dengan lainnya.
- ❖ Ketidakcocokan antara ketrampilan atau keahlian karyawan dengan pekerjaan/tugas yang diembannya.
- ❖ Ketidaksesuaian antara peralatan yang disediakan dengan pekerjaan.
- ❖ Ketidakjelasan sistem penilaian pekerjaan serta sistem bonus.

- ❖ Ketidakmampuan karyawan untuk fleksibel terhadap situasi yang ada (*rule by the book*).
- (d) Kesenjangan 4: Kesenjangan antara penyajian layanan dan komunikasi eksterna (*Gap Between service delivery and external communications*). Harapan pelanggan dipengaruhi oleh janji-janji yang disampaikan oleh penyedia jasa melalui komunikasi eksternal seperti brosur-bosur, iklan dan lain-lain. Kesenjangan ini terjadi karena:
- ❖ hubungan antar departemen tidak berjalan dengan baik, yaitu antara bagian periklanan dengan bagian layanan, antara sales dengan bagian layanan.
 - ❖ pihak perusahaan terlalu memberikan janji yang berlebihan.
- (e) Kesenjangan 5: kesenjangan antara layanan yang dirasakan dengan layanan yang diharapkan (*Gap between perceived service and expected service*). Perbedaan ini terjadi jika pihak manajemen gagal menutup salah satu atau lebih dari empat kesenjangan tersebut diatas. Perbedaan inilah yang menimbulkan rasa ketidakpuasan pelanggan.
- (f) Kesenjangan 6: ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dan persepsi karyawan (*The discrepancy between customer expectations and employee's perceptions*). Diakibatkan karena perbedaan dalam pemahaman harapan pelanggan oleh penyedia layanan baris depan (*front line service*).
- (g) Kesenjangan 7: ketidaksesuaian antara persepsi karyawan dan persepsi manajemen (*the discrepancy between employee's perception and management perceptions*). Diakibatkan oleh perbedaan dalam

pemahaman harapan pelanggan antara manajemen dan penyedia layanan.

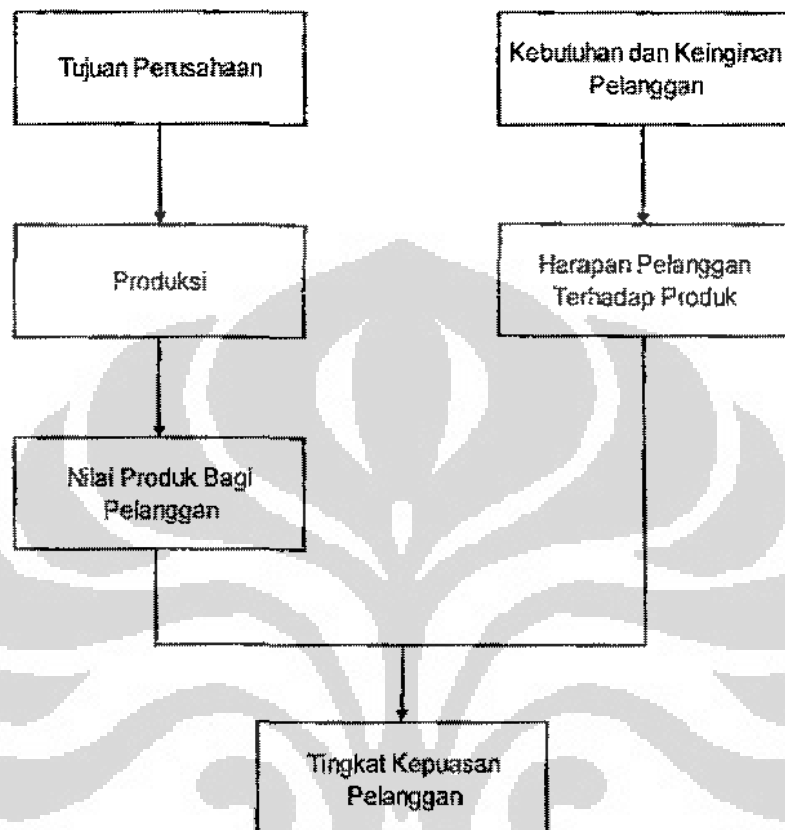
Kegagalan dalam memberikan layanan terbaik kepada pelanggan disebabkan oleh banyak faktor. Zeithaml, Valarie A., (et.al) (1990) mengatakan bahwa ada 4 faktor yang menjadi kendala dalam layanan publik, yaitu sebagai berikut :

- (a) Tidak tahu apa yang sebenarnya diharapkan oleh masyarakat;
- (b) Pemberian ukuran yang salah dalam layanan masyarakat;
- (c) Keliru penampilan diri dalam layanan publik itu sendiri;
- (d) Ketika membuat perjanjian terlalu berlebihan atau pengobralan.

2.1.4 Keterkaitan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan

Dari uraian yang dikemukakan oleh para pakar tersebut diatas dapat diketabui bahwa terdapat keterkaitan yang kuat antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan sebagaimana ditegaskan oleh Tjiptono (1996). Dimana kualitas layanan yang baik akan menciptakan kepuasan pada pelanggan. Oleh karena itu setiap layanan selalu beorientasi kepada kepuasan pelanggan. Tjiptono (1995:28) merumuskan bahwa tujuan perusahaan harus sejalan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, dimana produksi dan nilai produk harus sesuai dengan harapan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan. Gambar berikut menunjukkan konsep kepuasan pelanggan yang dirumuskan oleh Tjiptono

Gambar 2.2
Konsep Kepuasan Pelanggan



Sumber: Tjiptono (1995:25)

Mudi dan Cottam (1993) Menyatakan bahwa upaya mewujudkan kepuasan pelanggan total tidaklah mudah. Kepuasan pelanggan total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara waktu. Namun untuk perbaikan dan penyempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Tjiptono (1995) menyebutkan, ada beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk meraih kepuasan pelanggan antara lain adalah:

- (a) *Relationship Marketing*, dalam strategi ini hubungan antara penyedia layanan dan pelanggan berkelanjutan, dalam arti hubungan tidak berakhir setelah penjualan selesai. Salah

satu faktor yang dibutuhkan dalam mengembangkan strategi ini adalah dengan membentuk *customer database*, yaitu daftar nama pelanggan yang perlu dibina hubungan jangka panjang. Database ini tidak hanya berisi nama pelanggan, tetapi juga hal penting lain yang berkenaan dengan pelanggan, seperti frekuensi kedatangan, pembelian apa yang menjadi kesukaan pelanggan dan sebagainya.

- (b) *Superior Service*, strategi ini berusaha menawarkan layanan yang lebih unggul daripada. Untuk mewujudkan strategi ini diperlukan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia, dan usaha yang gigih. Meskipun demikian, melalui layanan yang lebih unggul, perusahaan dapat membebaskan harga yang lebih tinggi kepada layanan yang ditawarkan. Akan ada pelanggan yang tidak berkeberatan dengan harga yang lebih tinggi tersebut.
- (c) *Unconditional Guarantees/Extraordinary Guarantees*, strategi dengan memberikan jaminan terhadap layanan yang ditawarkan atau memberi layanan purnajual yang baik menjadi penting bagi penyedia layanan untuk menjaga loyalitas pelanggan. Layanan purnajual ini juga harus menyediakan media yang efisien dan efektif untuk menangani keluhan. Perusahaan juga harus mau mengakui kesalahannya dan menyampaikan permohonan maaf, serta memberikan ganti rugi yang berharga bagi pelanggan apabila terjadi kesalahan yang dilakukan.
- (d) Penanganan Keluhan yang Efektif. Penanganan keluhan yang baik memberikan peluang mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas. Mudie dan Cottam (1993) menyatakan bahwa menangani keluhan pelanggan dapat memberikan manfaat antara lain:

- ❖ Penyedia layanan memperoleh kesempatan lagi memperbaiki hubungannya dengan pelanggan yang kecewa;
- ❖ Penyedia layanan bisa terhindar dari publisitas yang negatif;
- ❖ Penyedia layanan akan mengetahui aspek-aspek yang perlu dibenahi dalam layanan saat ini;
- ❖ Penyedia layanan akan mengetahui sumber masalah operasinya;
- ❖ Karyawan dapat termotivasi untuk memberikan layanan yang berkualitas lebih baik.

2.2 Tinjauan Penelitian Sebelumnya

Berikut adalah hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, yang terkait dengan kualitas layanan dan menggunakan Metode SERVQUAL. Nama Peneliti, Judul Penelitian dan Hasil Penelitian terangkum dalam Tabel 2.1 dibawah ini.

Tabel 2.1
Penelitian Sebelumnya

Nama	Judul	Hasil Penelitian
1. Morata Lumbarraja (2008)	Kualitas Layanan Direktorat Hak Cipta, Desain Industri, Desain Tata Letak Terpadu & Rahasia Dagang Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual	Dimensi <i>Tangible</i> yang mempunyai tingkat kepuasan tertinggi dan <i>Assurance</i> dengan tingkat kepuasan terendah
2. Yoko Selianto (2007)	Analisis kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Departemen Hukum dan HAM RI	Dimensi <i>Assurance</i> yang mempunyai tingkat kepuasan tertinggi dan <i>Empathy</i> yang mempunyai tingkat kepuasan terendah
3. Keynes (2009)	Kualitas Pelayanan Kesehatan di Rumah Tahanan Negara Klas 1 Cipinang (Studi Terhadap Pelayanan Poliklinik Rumah Tahanan Negara Cipinang).	Aspek <i>Reliability</i> sudah cukup baik, Aspek <i>Responsiveness</i> sudah cukup baik, aspek <i>Assurance</i> sudah cukup baik, aspek <i>Empathy</i> sudah cukup memadai.
4. Nanang Mustofa (2005)	Analisis Kualitas Pelayanan Permohonan Persetujuan Visa Pada Sub Direktorat Visa Direktorat Jenderal Imigrasi.	Responden menyatakan puas terhadap kualitas pelayanan pada permohonan persetujuan pemberian visa pada bagian Sub Direktorat Visa Direktorat Jenderal Imigrasi.
5. Arosmiati (2007)	Analisis Kualitas Pelayanan Kesehatan Bagi Narapidana Di Lembaga Pemasyarakatan Klas IIA Wanita Tangerang	Dimensi <i>Assurance</i> mempunyai tingkat kepuasan terendah dan <i>Tangible</i> mempunyai tingkat kepuasan tertinggi.

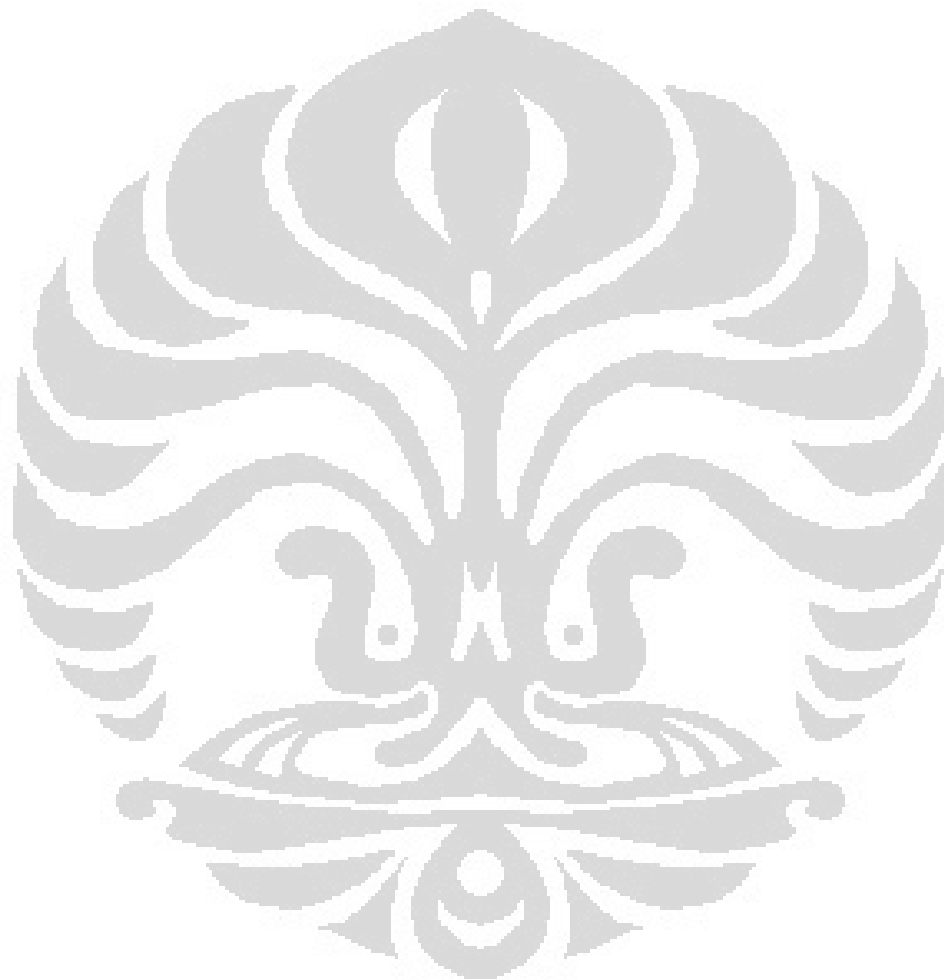
Sumber: Dari peneliti sebelumnya.

2.3 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian sekarang masih menggunakan model yang sama dengan penelitian sebelumnya, namun lebih terfokus pada kualitas layanan Pemeriksa Paten pada Direktorat Paten Ditjen HKI, dan penelitian dilakukan pada bulan November-Desember 2009.

Seperti telah dijelaskan dalam teori-teori diatas, maka untuk mengetahui kualitas layanan perlu dilakukan pengukuran yaitu dengan menggunakan metode SERVQUAL yang dikembangkan oleh

Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1990:23) dengan lima penentu kualitas layanan yaitu: *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (kepastian), *Empathy* (kepedulian) dan *Tangibles* (berwujud). Kelima unsur tersebut digambarkan dalam Tabel 2.2 berikut. Ini.



Tabel 2.2
Indikator Kualitas Layanan

Dimensi	Indikator
1. Reliability	1 Ketepatan waktu pemeriksaan Paten.
	2 Kecepatan pemberian layanan.
	3 Kemudahan mendapatkan informasi.
	4 Prosedur pemeriksaan yang tidak berbelit-belit.
	5 Kesiapan untuk menolong.
2. Assurance (Jaminan)	6 Keramahan Pemeriksa.
	7 Keterampilan Pemeriksa.
	8 Pengetahuan Pemeriksa.
	9 Kesopanan Pemeriksa.
	10 Kesabaran Pemeriksa.
3. Tangibles (Bukti Fisik)	11 Kenyamanan ruang konsultasi.
	12 kebersihan ruang konsultasi.
	13 Kerapihan Pemeriksa.
	14 Kelengkapan peralatan komputer.
	15 Fasilitas Internet.
4. Responsiveness (Daya tanggap)	16 Kesigapan Pemeriksa dalam merespon keluhan pemohon.
	17 Kesigapan Pemeriksa dalam memberikan informasi yang jelas.
	18 Kemampuan Pemeriksa dalam membantu pemecahan masalah pemohon.
	19 Kemampuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.
	20 Pengetahuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.
5. Empathy (Kepedulian)	21 Perhatian Pemeriksa kepada pemohon.
	22 Kemampuan Pemeriksa berkomunikasi dengan pemohon.
	23 Kemudahan pemohon dalam menyampaikan keluhan.
	24 Memahami kebutuhan pemohon.
	25 Tanggung jawab Pemeriksa terhadap dokumen.

Sumber : Philip Kotler, Marketing Management (1994:476).

Bab III

Metode Penelitian

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan November-Desember 2009 di Direktorat Paten, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, Jalan Daan Mogot Km 24, Tangerang, Banten.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah suatu kumpulan menyeluruh dari suatu objek yang merupakan perhatian peneliti. Objek penelitian ini dapat berupa makhluk hidup, benda-benda, sistem dan prosedur, fenomena dan lain-lain (Kountur, 2003:137).

Hasan (2002:98) mengemukakan bahwa "Populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti".

Dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah keseluruhan dari para inventor sebagai pelanggan yang menikmati layanan Pemerika Paten pada Direktorat Paten Ditjen HKI, dengan asumsi bahwa jumlahnya tidak terbatas.

Karena para inventor bisa memberikan kuasa kepada konsultan HKI untuk mendaftarkan dan mengurus Paten, maka konsultan HKI juga menjadi target sampel dalam penelitian ini, karena termasuk sebagai pelanggan yang ikut menikmati layanan Pemerika Paten. Perlu diketahui bahwa inventor yang

mendaftarkan Paten bisa terdiri dari perorangan, juga bisa organisasi atau perusahaan.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya dianggap mewakili populasi. Soegiono (2003:91) berpendapat bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi terlalu besar dan peneliti tidak mungkin mempelajarinya semua populasi yang ada maka dapat digunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Menurut pendapat lain, sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas, lengkap yang dianggap dapat mewakili populasi (Hasan, 2002:98).

Dalam suatu penelitian, penentuan dan penetapan sampel adalah sangat penting sekali, hal ini dimaksudkan agar penelitian menjadi terarah dan sesuai dengan topik atau masalah yang akan diteliti. Sebagai contoh, untuk meneliti tentang virus flu burung, maka sampel yang diambil diketahui sebagai virus flu burung bukan virus lain.

Adapun dalam penelitian ini penetapan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu metode pemilihan sampel dengan cara sengaja memilih sampel-sampel tertentu, karena dianggap memiliki ciri-ciri khusus yang tidak dimiliki oleh sampel-sampel lainnya (Irawan, 2002:183). Sementara itu menurut Sugiyono (2002:62) *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel untuk tujuan tertentu saja.

Berdasarkan hal tersebut, maka dalam penelitian ini ditentukan sampel adalah para pelanggan HKI yang terdiri dari pemohon dan atau konsultan HKI dengan jumlah sebanyak 100 responden, namun yang menjawab dan mengembalikan kuesioner hanya 56 responden. Dengan demikian peneliti hanya menguji atau menganalisis hasil kuesioner dari 56 responden tersebut saja.

Jenis pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *Accidental Sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dapat diambil sebagai sampel, tentu saja yang sesuai sebagai sumber data (Sugiono, 2001:96).

3.3 Teknik Pengukuran Variabel Penelitian

Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dalam penelitian ini adalah kuesioner. Pertanyaan disusun dengan menggunakan skala *Likert* sebagai berikut

- (1) sangat penting,
- (2) penting,
- (3) cukup penting,
- (4) tidak penting, dan
- (5) sangat tidak penting.

Menurut Sugiono (2001:107), yang dimaksud dengan skala likert adalah suatu metode untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang/responden tentang fenomena sosial. Keunggulan format skala *Likert* adalah tercermin dari keragaman skor sebagai akibat penggunaan skala, dimana pada

penelitian ini skala yang digunakan berkisar antara satu sampai lima seperti tersebut diatas.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Pengumpulan Data Primer

Data primer dikumpulkan dari kuesioner yang dibagikan kepada responden yang merupakan pelanggan Ditjen Paten yang terdiri dari pemohon perorangan, organisasi/perusahaan dan juga konsultan HKI. Metode pengumpulan data kuesioner ini dengan cara *personally administrated questionnaires* yaitu peneliti menyampaikan sendiri kuesioner kepada responden dan mengambil sendiri kuesioner dari responden, tujuan utamanya adalah agar tingkat pengembalian kuesioner dapat terjaga dalam periode yang relatif pendek (Sekaran, 2003:236).

Kemudian teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan metode survei. Menurut Iqbal Hasan (2004:8), penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual. Selain dari pada itu menurut Kerlinger dalam Sugiono (2003:3) penelitian survei merupakan penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.

Prasetyo Irawan (1999) mengemukakan bahwa penelitian survei adalah penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu, pada penelitian ini metode survei yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen

utama untuk mengumpulkan data dimana jawaban pernyataan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala *likert*. Adapun data tersebut terdiri atas:

- (a) Karakteristik responden;
- (b) Persepsi pelanggan
- (c) Harapan pelanggan
- (d) Tingkat kepentingan menurut pelanggan.

3.4.2 Pengumpulan data sekunder

Data sekunder diperoleh dari buku-buku, media cetak dan elektronik yang mendukung penelitian ini, juga dari laporan tahunan Ditjen HKI, serta dari hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan analisis kualitas layanan.

3.5 Instrumen Penelitian

Sebagaimana telah dikemukakan oleh Prasetio Irawan (1999) bahwa instrumen utama dalam penelitian survei adalah kuesioner, maka instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan metode SERVQUAL dari Parasuraman dan kawan-kawan, yang mencakup kriteria *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Indikator-indikator variabel tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Indikator Variabel Metode SERVQUAL

Dimensi	Indikator
1. Reliability	1 Ketepatan waktu pemeriksaan Paten.
	2 Kecepatan pemberian layanan.
	3 Kemudahan mendapatkan informasi.
	4 Prosedur pemeriksaan yang tidak berbelit-belit.
	5 Kesiapan untuk menefong.
2. Assurance (Jaminan)	6 Keramahan Pemeriksa.
	7 Keterampilan Pemeriksa.
	8 Pengetahuan Pemeriksa.
	9 Kesopanan Pemeriksa.
3. Tangibles (Bukti Fisik)	10 Kesabaran Pemeriksa.
	11 Kenyamanan ruang konsultasi.
	12 kebersihan ruang konsultasi.
	13 Kerapihan Pemeriksa.
	14 Kelengkapan peralatan komputer.
4. Responsiveness (Daya tanggap)	15 Fasilitas Internet.
	15 Kesigapan Pemeriksa dalam merespon keluhan pemohon.
	17 Kesigapan Pemeriksa dalam memberikan informasi yang jelas.
	18 Kemampuan Pemeriksa dalam membantu pemecahan masalah pemohon.
	19 Kemampuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.
5. Empathy (Kepedulian)	20 Pengetahuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.
	21 Perhatian Pemeriksa kepada pemohon.
	22 Kemampuan Pemeriksa berkomunikasi dengan pemohon.
	23 Kemudahan pemohon dalam menyampaikan keluhan.
	24 Memahami kebutuhan pemohon.
	25 Tanggung jawab Pemeriksa terhadap dokumen.

Sumber: Philip Kotler, *Marketing Management* (1994:476).

Seluruh pertanyaan dalam kuesioner disusun dalam format skala *Likert*, dengan lima pilihan, dan masing-masing diberi bobot nilai dari satu sampai lima.

Dimana untuk tingkat kepentingan pelanggan ditentukan sebagai berikut:

- (a) sangat penting = 5, artinya pelanggan menilai sangat penting,
- (b) penting = 4, artinya pelanggan menilai penting,
- (c) cukup penting = 3, artinya pelanggan menilai cukup penting,
- (d) tidak penting = 2, artinya pelanggan menilai tidak penting, dan
- (e) sangat tidak penting = 1, artinya pelanggan menilai tidak penting.

Sedangkan untuk persepsi pelanggan dan harapan pelanggan ditentukan sebagai berikut:

- (a) sangat puas = 5, artinya pelanggan sangat puas,
- (b) puas = 4, artinya pelanggan puas,
- (c) cukup puas = 3, artinya pelanggan cukup puas,
- (d) tidak puas = 2, artinya pelanggan tidak puas, dan
- (e) sangat tidak puas = 1, artinya pelanggan sangat tidak puas.

3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

3.6.1 Teknik Pengolahan Data

Seluruh kuesioner yang telah diisi oleh pelanggan dikumpulkan oleh peneliti dan dilakukan data entry untuk proses analisis. Hasil analisis diharapkan dapat mengetahui kualitas layanan Pemeriksa Paten pada Direktorat Paten Ditjen HKI. Data diolah dengan menggunakan perangkat lunak khusus untuk mengolah data statistik, yaitu program SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

3.6.2 Teknik Analisis Data

Menurut Paton (1980) dalam Iqbal Hasan (2004:29), pengertian analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan

satuan uraian dasar. Sedangkan menurut Bogdan dan Taylor (1975), analisis data adalah proses yang merinci usaha formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis (ide) seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesis itu.

Lebih lanjut menurut Lexy J. Moleong (2000), analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang dirumuskan oleh data.

Berdasarkan hal tersebut diatas, dalam menganalisis data, peneliti melakukan langkah-langkah berikut ini:

- (a) Uji Validitas Data,
- (b) Uji Reliabilitas Data, dan
- (c) Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan, dan
- (d) Analisis Prioritas Layanan.

3.6.2.1 Uji Validitas Data

Pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah variabel-variabel dalam penelitian benar-benar mengukur konsep-konsep yang dimaksudkan dalam penelitian ini dengan tepat. Butir-butir pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini dan dipadukan dengan penjabaran atas validitas dari masing-masing variabel yang terdapat pada model SERVQUAL dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Dimana

r = koefisien korelasi spearman

X = skor butir pertanyaan

Y = skor total

n = jumlah responden

Saiful anwar (1997:158) memberikan kriteria tentang koefisien korelasi validitas. Dalam hal pengembangan dan penyusunan skala-skala psikologi, digunakan harga koefisien korelasi yang minimal sama dengan 0.30. dengan demikian, semua item yang memiliki kurang dari 0.3 dapat disisihkan dan item-item yang akan dimasukkan dalam alat test adalah item-item yang memiliki korelasi diatas 0.30, dengan pengertian semakin tinggi korelasi itu mendekati angka 1.00 maka semakin baik pula konsistensinya.

3.6.2.2 Uji Reliabilitas Data

Untuk menguji reliabilitas digunakan rumus keandalan alat ukur berdasarkan metode *Cronbach* (Lupiyoadi, 2001:200) yang diperlukan untuk menghitung mean skor kepuasan dalam dimensi SERVQUAL, dimana:

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k-1)r}$$

α = koefisien keandalan alat ukur.

r = koefisien rata-rata korelasi antar variabel.

k = jumlah variabel data yang membentuk variabel laten.

Koefisien α didefinisikan sebagai seberapa jauh pengukuran bebas varian kesalahan acak yang dapat menurunkan tingkat keandalan. Nilai tersebut merupakan konsistensi jawaban responden terhadap penelitian yang mencerminkan nilai skor yang sebenarnya, dimana rentang nilai koefisien tersebut antara 0 sampai 1, semakin tinggi nilai koefisien α (koefisien keandalan alat ukur) maka semakin baik alat ukurnya.

3.6.2.3 Analisis Kualitas Layanan

Seperti telah diuraikan dalam teori bahwa, kepuasan pelanggan adalah perbedaan antara harapan (*expectations*) dan kinerja yang dirasakan (*performance*), atau dapat ditulis dengan rumus berikut ini:

$$Q = P - E$$

Dimana

Q = Kualitas layanan,

P = *Performance*, dan

$E = \text{Expectations.}$

Dengan asumsi bahwa tingkat kepuasan tertinggi apabila hasil pengurangan berada pada kolom +5, tingkat kepuasan terendah pada kolom - 5, dan puas = 0.

3.6.2.4 Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan

Tingkat Kepuasan Pelanggan adalah perbandingan antara apa yang dirasakan (*performance*) pelanggan dengan apa yang diharapkan (*expectation*) oleh pelanggan, atau dapat ditulis dengan rumus :

$$q = \frac{P}{E} \times 100\%,$$

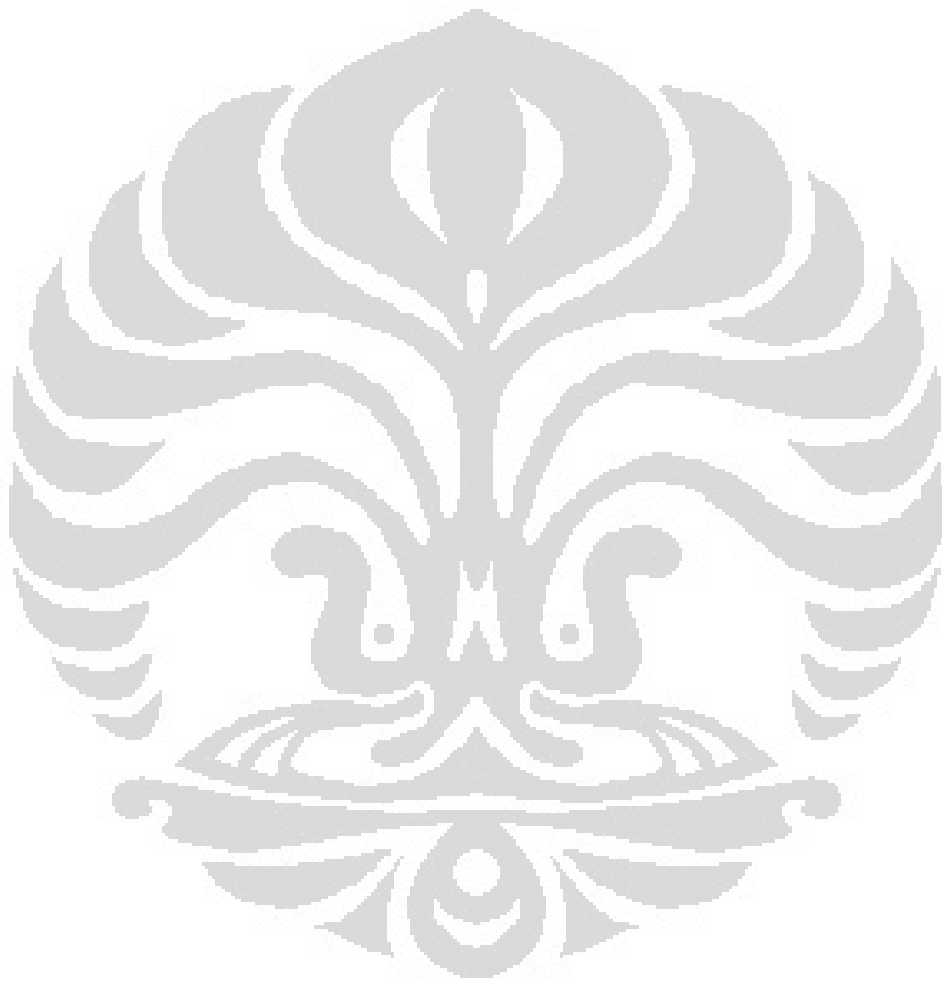
Dimana q = Tingkat Kepuasan,

P = Persepsi (*Performance*),

E = Harapan pelanggan (*Expectation*).

3.7 Batasan Penelitian

Penelitian ini tentu memiliki keterbatasan, oleh karena itu hasil sempurna yang diharapkan dari penelitian ini tidak mungkin terwujud. Terutama dalam penentuan dan pengumpulan sampel, karena tidak semua pelanggan mengembalikan jawaban kuesioner tepat pada waktunya. Dari 100 responden yang ditargetkan, hanya 56 responden yang mengembalikan kuesioner dan dapat dianalisis.



Bab IV

Analisis Data Penelitian

Untuk memudahkan pemahaman, maka peneliti menguraikan istilah-istilah dan singkatan-singkatan yang akan digunakan dalam analisis penelitian ini, dimana:

- ID = Identitas Pelanggan,
JP = Jumlah Permohonan,
P = Persepsi Pelanggan,
E = Harapan Pelanggan,
K = Tingkat Kepentingan Pelanggan,
Q = Kualitas Layanan = $P - E$,
q = Tingkat Kepuasan Pelanggan = $\frac{P}{E}$,
peRel = Tingkat Kepuasan *Reliability*,
peAss = Tingkat Kepuasan *Assurance*,
peTan = Tingkat Kepuasan *Tangibles*,
peRes = Tingkat Kepuasan *Responsiveness*,
peEmp = Tingkat Kepuasan *Empathy*,

Qrel = Kualitas Layanan dimensi *Reliability*,
Qass = Kualitas Layanan dimensi *Assurance*,
Qtang = Kualitas layanan dimensi *Tangibles*,
Qress = Kualitas layanan dimensi *Responsiveness*,
Qemp = Kualitas layanan dimensi *Empathy*.

Prel = Persepsi pelanggan dimensi *Reliability*,
Pass = Persepsi pelanggan dimensi *Assurance*,
Ptang = Persepsi pelanggan dimensi *Tangibles*,
Press = Persepsi pelanggan dimensi *Responsiveness*,

Pemp = Perspsi pelanggan dimensi *Empathy*.

Erel = Harapan pelanggan dimensi *Reliability*,

Eass = Harapan pelanggan dimensi *Assurance*,

Etang = Harapan pelanggan dimensi *Tangibles*,

Eress = Harapan pelanggan dimensi *Responsiveness*,

Eemp = Harapan pelanggan dimensi *Empathy*.

Krel = Kepentingan pelanggan dimensi *Reliability*,

Kass = Kepentingan pelanggan dimensi *Assurance*,

Ktang = Kepentingan pelanggan dimensi *Tangibles*,

Kress = Kepentingan pelanggan dimensi *Responsiveness*,

Kemp = Kepentingan pelanggan dimensi *Empathy*.

4.1 Karakteristik Sampel Penelitian

Pertama pada bagian ini peneliti ingin mengetahui karakteristik dari responden berdasarkan kuesioner yang didarkan kepada pelanggan Direktorat Paten Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Departemen Hukum dan HAM RI, khususnya yang berhubungan dengan pemeriksaan Paten. Dari 100 kuesioner yang didarkan kepada pelanggan hanya 56 yang kembali. Setelah semua kuesioner dikumpulkan dan di lakukan *data entry* atau input data maka diketahui karakteristik responden seperti yang tercetak pada Tabel 4.1 dibawah ini.

Tabel 4.1
Karakteristik Sampel Penelitian

Kategori Sampel	Jumlah	
	N	%
I. Status Pelanggan		
0. Perorangan	12	21.4
1. Perusahaan	10	17.9
2. Konsultan HKI	34	60.7
Total	56	100
II. Jumlah Permohonan		
0. 1- 10 Permohonan	21	37.5
1. 11-20 Permohonan	9	16.1
2. Diatas 20 Permohonan	26	46.4
Total	56	100

Sumber: Hasil Olahan SPSS (terlampir).

Dari tabel diatas terlihat bahwa dari 56 responden, maka dapat diidentifikasi pelanggan yang berurusan dengan pemeriksaan Paten pada saat penelitian adalah 12 berasal dari perorangan, 10 dari perusahaan, 34 dari konsultan HKI. Kondisi tersebut terjadi karena perusahaan atau perorangan bisa menggunakan jasa konsultan untuk mendaftarkan Paten, sehingga yang berurusan langsung dengan Pemeriksa adalah konsultan HKI.

Sementara itu dilihat dari jumlah permohonan, maka pada saat penelitian diketahui 21 responden sudah mendaftarkan Paten 1-10 permohonan, kemudian 9 responden sudah mendaftarkan Paten antara 11-20 permohonan, dan sisanya 26 responden mendaftarkan Paten diatas 20 permohonan.

4.2 Analisis Uji Validitas Data

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kualitas setiap pernyataan-pernyataan pada setiap item-item model SERVQUAL, yaitu *Reliability*, *Assurance*, *Tangibles*, *Responsiveness* dan *Empathy*. Pengukuran validitas pada penelitian ini yaitu menggunakan model korelasi *Product Moment Pearson* (PMP) dengan melihat nilai koefisien korelasi pada output yang dihasilkan dalam perhitungan SPSS. Jika nilai PMP berada diatas 0.30, maka

variabel dapat dikatakan valid, dan dapat mengukur apa yang hendak diukur serta dapat mengungkap data dengan benar.

Adapun variabel yang diukur adalah variabel Q (kualitas layanan), yakni selisih skor persepsi pelanggan (P) dengan harapan pelanggan (E).

Untuk dimensi *Reliability*, maka variabel yang dimasukkan adalah:

Q1, Q2, Q3, Q4, Q5 dan Qrel, dimana Qrel adalah skor total kualitas layanan untuk dimensi *reliability*, atau dapat ditulis sebagai:

$$Q_{rel} = Q1+Q2+Q3+Q4+Q5.$$

Untuk dimensi *Assurance*, maka variabel yang dimasukkan adalah:

Q6, Q7, Q8, Q9 Q10 dan Qass, dimana Qass adalah skor total kualitas layanan untuk dimensi *Assurance*, atau dapat ditulis sebagai:

$Q_{ass} = Q6+Q7+Q8+Q9+Q10$. Untuk dimensi *Tangibles*, maka variabel yang dimasukkan adalah:

Q11, Q12, Q13, Q14 ,Q15 dan Qtang, dimana Qtang adalah skor total kualitas layanan untuk dimensi *Tangibles*, atau dapat ditulis sebagai:

$$Q_{tang} = Q11+ Q12+ Q13+ Q14+Q15.$$

Untuk dimensi *Responsiveness*, maka variabel yang dimasukkan adalah:

Q16, Q17,Q18,Q19,Q20 dan Qress, dimana Qress adalah skor total kualitas layanan untuk dimensi *Responsiveness*, atau dapat ditulis sebagai:

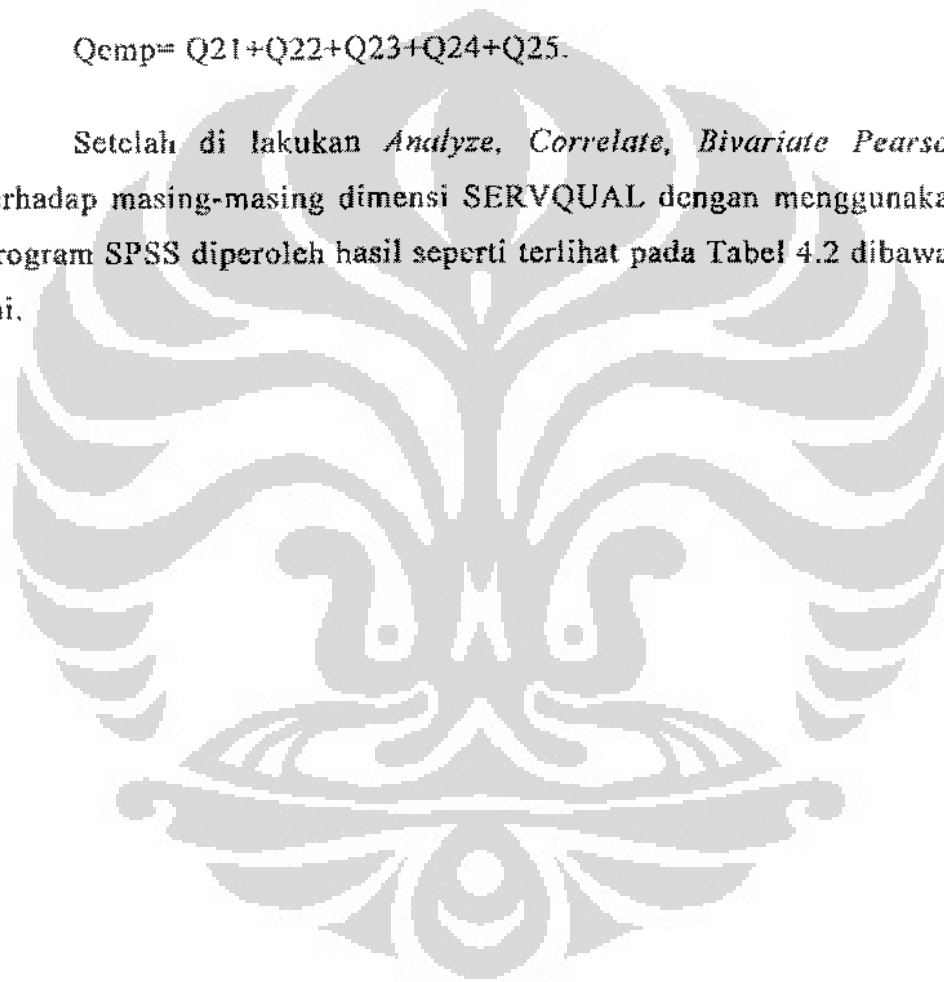
$Q_{ress} = Q16+Q17+Q18+Q19+Q20$ dan

Untuk dimensi *Empathy*, maka variabel yang dimasukkan adalah:

Q21,Q22,Q23,Q34,Q25 dan Qemp, dimana Qemp adalah skor total kualitas layanan untuk dimensi *Empathy*, atau dapat ditulis sebagai:

$Q_{emp} = Q21+Q22+Q23+Q24+Q25.$

Setelah di lakukan *Analyze, Correlate, Bivariate Pearson* terhadap masing-masing dimensi SERVQUAL dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel 4.2 dibawah ini.



Tabel. 4.2
Uji Validitas Data Menurut 5 Dimensi SERVQUAL

No.	Indikator Variabel	Product Moment Pearson	Keterangan
1.	Reliability (Keandalan)		
	Q01 Ketepatan waktu pemeriksaan Paten.	0.8550	Valid
	Q02 Kecepatan pemberian layanan.	0.8990	Valid
	Q03 Kemudahan mendapatkan informasi.	0.8440	Valid
	Q04 Prosedur pemeriksaan yang tidak berbelit-belit.	0.7330	Valid
	Q05 Kesiapan untuk menolong.	0.7180	Valid
2	Assurance (Jaminan)		
	Q06 Keramahan Pemeriksa.	0.8230	Valid
	Q07 Keterampilan Pemeriksa.	0.7300	Valid
	Q08 Pengetahuan Pemeriksa.	0.8050	Valid
	Q09 Kesopanan Pemeriksa.	0.8500	Valid
	Q10 Kesabaran Pemeriksa.	0.7750	Valid
3	Tangibles (Bukti Fisik)		
	Q11 Kenyamanan ruang konsultasi.	0.7910	Valid
	Q12 Kebersihan ruang konsultasi.	0.8900	Valid
	Q13 Kerapihan Pemeriksa.	0.7860	Valid
	Q14 Kelengkapan peralatan komputer.	0.7080	Valid
	Q15 Fasilitas Internet.	0.6500	Valid
4	Responsiveness (Daya tanggap)		
	Q16 Kesigapan Pemeriksa dalam merespon keluhan pemohon.	0.7730	Valid
	Q17 Kesigapan Pemeriksa dalam memberikan informasi yang jelas.	0.7400	Valid
	Q18 Kemampuan Pemeriksa dalam membantu pemecahan masalah pemohon.	0.8220	Valid
	Q19 Kemampuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.	0.7580	Valid
	Q20 Pengetahuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.	0.8130	Valid
5	Empathy (Kepedulian)		
	Q21 Perhatian Pemeriksa kepada pemohon.	0.7430	Valid
	Q22 Kemampuan Pemeriksa berkomunikasi dengan pemohon.	0.8120	Valid
	Q23 Kemudahan pemohon dalam menyampaikan keluhan.	0.7520	Valid
	Q24 Memahami kebutuhan pemohon.	0.8430	Valid
	Q25 Tanggung jawab Pemeriksa terhadap dokumen.	0.5890	Valid

Sumber: Hasil Olahan SPSS (terlampir).

Dari tabel diatas terlihat bahwa nilai *Product Moment Pearson* untuk semua variabel berada diatas 0.30. ini artinya bahwa semua variabel tersebut adalah valid, dan dapat mengukur apa yang hendak diukur serta dapat mengungkap data dengan benar.

4.3 Analisis Uji Reliabilitas Data

Uji ini adalah untuk menganalisis kehandalan setiap pernyataan-pernyataan pada variabel penelitian, yaitu dengan menggunakan uji reliabilitas *alpha cronbach's* (nilai alpha). Pada uji ini diasumsikan tingkat reliabilitas $\alpha > 0.50$ (didas 50%). Dimana yang diuji adalah variabel Q untuk semua item 1 – 25, dengan menguji masing-masing dimensi SERVQUAL.

Hasil olahan uji reliabilitas menggunakan program SPSS dapat dilihat pada Tabel 4.3. Dari tabel dapat dilihat bahwa nilai *alpha Cronbach* untuk masing dimensi lebih besar dari 0.8, dimana untuk dimensi *Reliabilitas* nilai *alpha Cronbach* adalah 0.8687, untuk dimensi *Assurance* nilai *alpha Cronbach* adalah 0.8170, untuk dimensi *Tangibles* nilai *alpha Cronbach* adalah 0.8225, kemudian untuk dimensi *Responsiveness* nilai *alpha Cronbach* adalah 0.8384, dan untuk dimensi *Empathy* nilai *alpha Cronbach* adalah 0.8060, ini menunjukkan bahwa pengukuran ini reliabel.

Tabel. 4.3
 Hasil Uji Reliabilitas Data Menurut 5 Dimensi SERVQUAL

Indikator Variabel		Alpha if item deleted	Alpha (α)	Keterangan
A. Reliability (Keandalan)				
Q01	Ketepatan waktu pemeriksaan Paten.	0.8242	0.8687	Reliabel
Q02	Kecepatan pemberian layanan.	0.8071		Reliabel
Q03	Kemudahan mendapatkan informasi.	0.8274		Reliabel
Q04	Prosedur pemeriksaan yang tidak berbelit-belit.	0.8607		Reliabel
Q05	Kesiapan untuk menolong.	0.8769		Reliabel
B. Assurance (Jamiran)				
Q06	Keramahan Pemeriksa.	0.823	0.817	Reliabel
Q07	Keterampilan Pemeriksa.	0.7905		Reliabel
Q08	Pengetahuan Pemeriksa.	0.7269		Reliabel
Q09	Kesopanan Pemeriksa.	0.7403		Reliabel
Q10	Kesabaran Pemeriksa.	0.7781		Reliabel
C. Tangibles (Bukti Fisik)				
Q11	Kenyamanan ruang konsultasi.	0.7806	0.8223	Reliabel
Q12	kebersihan ruang konsultasi.	0.7296		Reliabel
Q13	Kerapihan Pemeriksa.	0.779		Reliabel
Q14	Kelengkapan peralatan komputer.	0.8107		Reliabel
Q15	Fasilitas internet.	0.8274		Reliabel
D. Responsiveness (Daya tanggap)				
Q16	Kesigapan Pemeriksa dalam merespon keluhan pemohon.	0.8047	0.8384	Reliabel
Q17	Kesigapan Pemeriksa dalam memberikan informasi yang jelas.	0.8173		Reliabel
Q18	Kemampuan Pemeriksa dalam membantu pemecahan masalah pemohon.	0.7885		Reliabel
Q19	Kemampuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.	0.8246		Reliabel
Q20	Pengetahuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.	0.7927		Reliabel
E. Empathy (Kepedulian)				
Q21	Perhatian Pemeriksa kepada pemohon.	0.7737	0.8060	Reliabel
Q22	Kemampuan Pemeriksa berkomunikasi dengan pemohon.	0.7474		Reliabel
Q23	Kemudahan pemohon dalam menyampaikan keluhan.	0.7653		Reliabel
Q24	Memahami kebutuhan pemohon.	0.724		Reliabel
Q25	Tanggung jawab Pemeriksa terhadap dokumen.	0.8198		Reliabel

Sumber: Hasil Olahan SPSS (terlampir).

4.4 Gambaran Umum Variabel Penelitian

4.4.1 Persepsi Pelanggan

Persepsi pelanggan dalam hal ini adalah kinerja Pemeriksa Paten yang dirasakan oleh pelanggan dari kalangan konsultan HKI, perusahaan maupun prorangan. Dari kuesioner yang diisi oleh responden pada kolom persepsi pelanggan, perolehan skor untuk masing-masing dimensi adalah sebagai berikut:

- (a) Skor Persepsi Dimensi *Reliability*. Skor persepsi pelanggan HKI terhadap layanan Pemeriksa Paten untuk dimensi *Reliability* yang diukur menggunakan metode SERVQUAL dapat dilihat pada Tabel 4.4 dibawah ini.

Tabel 4.4
Skor Persepsi Pelanggan Dimensi *Reliability*

Dimensi		Skor Persepsi					Skor Rata-rata
1. <i>Reliability</i> (Keandalan)		Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas	
P01	Ketepatan waktu pemeriksaan Paten.	9	16	18	12	1	2.64
P02	Kecepatan pemberian layanan.	6	17	23	10	0	2.66
P03	Kemudahan mendapatkan informasi.	4	20	21	10	1	2.71
P04	Prosedur pemeriksaan yang tidak berbelit-belit.	2	15	32	5	2	2.82
P05	Kesiapan untuk menolong.	4	20	15	13	4	2.88

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Dari tabel diatas tergambar bahwa, 9 responden menyatakan sangat tidak puas terhadap ketepatan waktu pemeriksaan Paten (P01), 16 responden tidak puas, 18

responden cukup puas, 12 responden puas dan 1 responden sangat puas.

Sedangkan Kecepatan pemberian layanan (P02), 6 responden menyatakan sangat tidak puas, 17 responden tidak puas, 23 cukup puas, dan 10 responden puas.

Untuk item Kemudahan mendapatkan informasi (P03), 4 responden menyatakan sangat tidak puas, 20 responden tidak puas, 21 responden cukup puas, 10 responden puas, dan 1 responden sangat puas.

Untuk item Prosedur pemeriksaan yang tidak berbelit-belit (P04), maka 2 responden merasa sangat tidak puas, 15 responden tidak puas, 32 responden cukup puas, 5 responden puas, dan 2 responden sangat puas.

Kemudian untuk item Kesiapan untuk menolong (P05), 4 responden menyatakan sangat tidak puas, 20 responden tidak puas, 15 responden cukup puas, 13 puas, dan 4 responden sangat puas.

Skor rata-rata tertinggi adalah pada item P05 (kesiapan untuk menolong) dengan skor rata-rata 2.88, dan skor terendah adalah P01 (ketepatan waktu pemeriksaan Paten).

- (b) Skor Persepsi Dimensi *Assurance*. Skor persepsi pelanggan HKI terhadap layanan Pemeriksa Paten dimensi *Assurance* dapat dilihat pada Tabel 4.5 dibawah ini.

Tabel 4.5
Skor Persepsi Pelanggan Dimensi Assurance

Dimensi		Skor Persepsi					Skor rata-rata
2. Assurance (Jaminan)		Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas	
P06	Keramahan Pemeriksa.	1	5	32	17	1	3.21
P07	Keterampilan Pemeriksa.	3	10	26	16	1	3.04
P08	Pengetahuan Pemeriksa.	1	14	23	17	1	3.05
P09	Kesopanan Pemeriksa.	0	20	23	8	5	3.04
P10	Kesabaran Pemeriksa.	2	15	27	7	5	2.98

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Dari tabel diatas tergambar bahwa, 1 responden menyatakan sangat tidak puas atas Keramahan Pemeriksa (P06), 5 responden merasa tidak puas, 32 responden cukup puas, 17 responden puas, dan 1 responden sangat puas.

Selanjutnya untuk item Keterampilan Pemeriksa (P07), 3 responden menyatakan sangat tidak puas, 10 responden tidak puas, 26 cukup puas, 16 responden puas, dan 1 responden merasa sangat puas.

Untuk item Pengetahuan Pemeriksa (P08), 1 responden menyatakan sangat tidak puas, 14 responden tidak puas, 23 responden cukup puas, 17 responden puas, dan 1 sangat puas.

Selanjutnya untuk item Kesopanan Pemeriksa (P09), 20 responden menyatakan tidak puas, 23 responden cukup puas, 8 responden puas, dan 5 responden sangat puas.

Terakhir untuk item Kesabaran Pemeriksa (P10), 2 responden merasa sangat tidak puas, 15 responden merasa tidak puas, 27 responden cukup puas, 7 responden puas, dan 5 responden sangat puas.

Skor rata-rata tertinggi adalah pada item P06 (keramahan Pemeriksa) dengan skor rata-rata 3.21, dan terendah adalah item P10 (kesabaran Pemeriksa) dengan skor rata-rata 2.96.

- (c) Skor Persepsi Dimensi *Tangibles*. Skor persepsi pelanggan untuk dimensi *Tangibles* dapat dilihat pada Tabel 4.6 dibawah ini.

Tabel 4.6
Skor Persepsi Pelanggan Dimensi *Tangibles*

Dimensi		Skor Persepsi					Skor rata-rata
		Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas	
3. Tangibles (Bukti Fisik)							
P11	Kenyamanan ruang konsultasi.	3	15	33	4	1	2.73
P12	Kebersihan ruang konsultasi.	1	14	33	8	0	2.86
P13	Kerapihan Pemeriksa.	2	17	27	10	0	2.80
P14	Kelengkapan peralatan komputer.	3	7	27	17	2	3.14
P15	Fasilitas Internet.	3	7	30	14	2	3.09

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Dari Tabel 4.6 terlihat bahwa untuk item Kenyamanan ruang konsultasi (P11), 3 responden menyatakan sangat tidak puas, 15 tidak puas, 33 responden cukup puas, 4 responden merasa puas, dan 1 responden sangat puas.

Untuk item Kebersihan ruang konsultasi (P12), 1 responden merasa sangat tidak puas, 14 responden merasa tidak puas, 33 responden cukup puas, dan 8 responden puas.

Kemudian untuk item Kerapihan Pemeriksa (P13), 2 responden merasa sangat tidak puas, 17 responden tidak puas, 27 responden cukup puas dan 10 responden puas.

Untuk item Kelengkapan peralatan komputer (P14), 3 responden sangat tidak puas, 7 responden tidak puas, 27 responden cukup puas, 17 responden puas, dan 2 responden menyatakan sangat puas.

Dan terakhir untuk item Fasilitas internet (P15), 3 responden menyatakan sangat tidak puas, 7 responden tidak puas, 30 responden cukup puas, 14 responden puas, dan 2 responden sangat puas.

Skor tertinggi adalah pada item P14 (kelengkapan peralatan komputer), dengan skor rata-rata 3.14, dan skor terendah adalah item P11 (kenyamanan ruang konsultasi), dengan skor rata-rata 2.73.

- (d) Skor Persepsi Dimensi *Responsiveness*. Skor persepsi pelanggan untuk dimensi *Responsiveness* dapat dilihat pada Tabel 4.7 dibawah ini.

Tabel 4.7
Skor Persepsi Pelanggan Dimensi Responsiveness

Dimensi		Skor Persepsi					
4. Responsiveness (Daya tanggap)		Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas	Skor rata-rata
P16	Kesigapan Pemeriksa dalam merespon keluhan pemohon.	2	6	31	17	0	3.13
P17	Kesigapan Pemeriksa dalam memberikan informasi yang jelas.	0	9	32	15	0	3.11
P18	Kemampuan Pemeriksa dalam membantu pemecahan masalah pemohon.	2	7	35	10	2	3.05
P19	Kemampuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.	2	10	31	8	5	3.07
P20	Pengetahuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.	1	7	32	11	5	3.21

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Dari tabel diatas, untuk item Kesigapan Pemeriksa dalam merespon keluhan pemohon (P16), 2 responden menyatakan sangat tidak puas, 6 responden tidak puas, 31 responden cukup puas, dan 17 responden puas.

Kemudian untuk item Kesigapan Pemeriksa dalam memberikan informasi yang jelas (P17), 9 responden menyatakan tidak puas, 32 responden cukup puas, dan 15 responden puas.

Untuk item Kemampuan Pemeriksa dalam membantu pemecahan masalah pemohon (P18), 2 responden menyatakan sangat tidak puas, 7 responden tidak puas, 35 responden cukup puas, 10 responden puas dan 2 responden sangat puas.

Untuk item Kemampuan Pemeriksa dalam melayani pemohon (P19), 2 responden menyatakan sangat tidak puas, 10 responden tidak puas, 31 responden cukup puas, 8 responden puas, dan 5 responden sangat puas.

Terakhir untuk item Pengetahuan Pemeriksa dalam melayani pemohon (P20), 1 responden menyatakan sangat tidak puas, 7 responden tidak puas, 32 cukup puas, 11 responden puas, dan 5 responden sangat puas.

Skor tertinggi untuk dimensi *Responsiveness* ini yaitu pada item Pengetahuan Pemeriksa dalam melayani pemohon (P20), dengan skor rata-rata 3.21, dan skor terendah adalah P18 (kemampuan Pemeriksa dalam membantu pemecahan masalah pemohon), dengan skor rata-rata 3.05.

- (e) Skor Persepsi Dimensi *Empathy*. Skor persepsi pelanggan untuk dimensi *Empathy* terdapat pada Tabel 4.8 dibawah ini. Dimana terlihat bahwa untuk item Perhatian Pemeriksa kepada pemohon (P21), 3 responden menyatakan sangat tidak puas, 17 responden tidak puas, 26 responden cukup puas, 5 responden puas, dan 5 responden sangat puas.

Untuk item Kemampuan Pemeriksa berkomunikasi dengan pemohon (P22), 3 responden menyatakan sangat tidak puas, 15 responden tidak puas, 26 responden

cukup puas, 11 responden puas, dan 1 responden sangat puas.

Untuk item Kemudahan pemohon dalam menyampaikan keluhan (P23), 1 responden menyatakan sangat tidak puas, 14 responden tidak puas, 33 responden cukup puas, 7 responden puas, dan 1 responden sangat puas.

Tabel 4.8
Skor Persepsi Pelanggan Dimensi *Empathy*

Dimensi		Skor Persepsi					Skor rata-rata
5. <i>Empathy</i>		Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas	
P21	Perhatian Pemeriksa kepada pemohon.	3	17	26	5	5	2.86
P22	Kemampuan Pemeriksa berkomunikasi dengan pemohon.	3	15	26	11	1	2.86
P23	Kemudahan pemohon dalam menyampaikan keluhan.	1	14	33	7	1	2.88
P24	Memahami kebutuhan pemohon.	3	16	25	10	2	2.86
P25	Tanggung jawab Pemeriksa terhadap dokumen.	2	7	29	17	1	3.14

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Kemudian untuk item Memahami kebutuhan pemohon (P24), 3 responden menyatakan sangat tidak puas, 16 responden tidak puas, 25 responden cukup puas, 10 responden puas, dan 2 responden sangat puas.

Terakhir item Tanggung jawab Pemeriksa terhadap dokumen (P25), 12 responden menyatakan sangat tidak

puas, 7 responden tidak puas, 29 responden merasa cukup puas, 17 responden puas, dan 1 responden sangat puas.

Skor rata-rata tertinggi persepsi pelanggan untuk dimensi *Empathy* berada pada item P25 (tanggung jawab Pemeriksa terhadap dokumen) dengan skor rata-rata 3.14, dan skor terendah adalah P21 (perhatian Pemeriksa kepada pemohon) dengan skor rata-rata 2.86, P22 (kemampuan Pemeriksa berkomunikasi dengan pemohon) dengan skor rata-rata 2.86, dan P24 (memahami kebutuhan pemohon), dengan skor rata-rata sama 2.86.

Tabel 4.9 menunjukkan persepsi pelanggan jika dilihat secara perdimensi. Skor tertinggi yaitu dimensi *Responsiveness* (daya tanggap) dengan skor rata-rata 15.57, kemudian dimensi *Assurance* (jaminan) dengan skor 15.30, urutan berikutnya adalah dimensi *Tangibles* (bukti fisik) dengan nilai rata-rata 14.63, *Empathy* (kepedulian) dengan nilai rata-rata 14.59, dan terkecil adalah dimensi *Reliability*, dengan skor rata-rata 13.71.

Tabel: 4.9
Skor Persepsi Pelanggan terhadap kualitas layanan Pemeriksa Paten menurut model SERVQUAL

No	Skor Persepsi		
	Dimensi	Skor rata-rata	%
1	<i>Reliability</i> (Keandalan)	13.71	19%
2	<i>Assurance</i> (Jaminan)	15.30	21%
3	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	14.63	20%
4	<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	15.57	21%
5	<i>Empathy</i> (Kepedulian)	14.59	20%
	Σ	73.80	100%

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

4.4.2 Harapan Pelanggan

Harapan pelanggan terhadap layanan Pemeriksa Paten berdasarkan kuesioner yang diberikan tergambar dalam tabel-tabel berikut ini.

- (a) Skor Harapan Dimensi *Reliability*. Skor harapan pelanggan untuk dimensi *Reliability* dapat dilihat pada Tabel 4.10 dibawah ini. Untuk item pertanyaan Bagaimana ketepatan waktu pemeriksaan Paten (E01), maka 1 responden menyatakan sangat tidak puas, 6 responden tidak puas, 23 responden cukup puas, 19 responden puas, dan 7 responden sangat puas.

Kemudian untuk item pertanyaan Bagaimana kecepatan pemberian layanan (E02), maka 4 responden menyatakan tidak puas, 20 responden cukup puas, 22 responden puas, dan 10 responden sangat puas.

Tabel 4.10
Skor Harapan Pelanggan Dimensi *Reliability*

Dimensi		Skor Harapan					Skor rata-rata
1. <i>Reliability</i> (Keandalan)		Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas	
E01	Ketepatan waktu pemeriksaan Paten.	1	6	23	19	7	3.45
E02	Kecepatan pemberian layanan.	0	4	20	22	10	3.68
E03	Kemudahan mendapatkan informasi.	0	3	29	13	11	3.57
E04	Prosedur pemeriksaan yang tidak berbelit-belit.	0	3	26	20	7	3.55
E05	Kesiapan untuk menolong.	1	3	19	24	9	3.66

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Selanjutnya untuk item pertanyaan Kemudahan mendapatkan informasi (E03), maka 3 responden menyatakan tidak puas, 29 responden cukup puas, 13 responden puas, dan 11 responden sangat puas.

Untuk item Prosedur pemeriksaan yang tidak berbelit-belit (E04), maka 3 responden menyatakan tidak puas, 26 responden cukup puas, 20 responden puas, dan 7 responden sangat puas.

Terakhir untuk pertanyaan Bagaimana kesiapan untuk menolong (E05), maka 1 responden menyatakan sangat tidak puas, 3 responden tidak puas, 19 responden cukup puas, 24 responden puas, dan 9 responden sangat puas.

Skor tertinggi adalah pada item E02 (kecepatan pemberian layanan) dengan skor rata-rata 3,68, dan skor terendah adalah pada item E01 (ketepatan waktu pemeriksaan Paten, dengan skor rata-rata 3.45.

- (b) Skor Harapan Dimensi Assurance. Skor Harapan pelanggan untuk dimensi *Assurance* dapat dilihat pada Tabel 4.11 dibawah ini.

Tabel 4.11
Skor Harapan Pelanggan Dimensi *Assurance*

Dimensi		Skor Harapan					Skor rata-rata
2. Assurance (Jaminan)		Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas	
E06	Keramahan Pemeriksa.	0	1	24	25	6	3.64
E07	Keterampilan Pemeriksa.	0	2	28	11	15	3.70
E08	Pengetahuan Pemeriksa.	0	4	19	19	14	3.77
E09	Kesopanan Pemeriksa.	0	1	25	20	10	3.70
E10	Kesabaran Pemeriksa.	0	3	19	22	12	3.77

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Berdasarkan tabel diatas, item Keramahan Pemeriksa Paten (E06), mendapat tanggapan dari responden sebagai berikut: 1 responden menyatakan tidak puas, 24 responden cukup puas, 25 responden puas, dan 6 responden sangat puas.

Untuk item Keterampilan Pemeriksa (E07), mendapat tanggapan dari responden sebagai berikut: 2 responden menyatakan tidak puas, 28 responden cukup puas, 11 responden puas, dan 15 responden sangat puas.

Untuk item pertanyaan Pengetahuan Pemeriksa (E08), mendapat tanggapan dari responden sebagai berikut: 4 responden menyatakan tidak puas, 19 responden cukup puas, 19 responden puas, dan 14 responden sangat puas.

Untuk item Kesopanan Pemeriksa (E09), mendapat tanggapan dari responden sebagai berikut: 1 responden menyatakan tidak puas, 25 responden cukup puas, 20 responden puas, dan 10 responden sangat puas.

Terakhir untuk item Kesabaran Pemeriksa (E10), mendapat tanggapan dari responden sebagai berikut: 3 responden menyatakan tidak puas, 19 responden cukup puas, 22 responden puas, dan 12 responden sangat puas.

Skor tertinggi yaitu pada item E08 (pengetahuan Pemeriksa) dan E10 (kesabaran Pemeriksa) dengan skor rata-rata yaitu 3.77, dan skor terendah adalah item E06 (keramahan Pemeriksa) dengan skor rata-rata 3.64.

- (c) Skor Harapan Dimensi *Tangibles*. Skor Harapan pelanggan untuk dimensi *Tangibles* adalah seperti terlihat pada Tabel 4.12 dibawah ini.

Tabel 4.12
Skor Harapan Pelanggan Dimensi *Tangibles*

Dimensi	Skor Harapan					Skor rata-rata	
	Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas		
3. Tangibles (Bukti Fisik)							
E11	Kenyamanan ruang konsultasi.	0	5	23	15	13	3.64
E12	Kebersihan ruang konsultasi.	0	4	25	17	10	3.59
E13	Kerapihan Pemeriksa.	2	3	3	26	16	3.48
E14	Kelengkapan perafatan komputer.	2	6	22	15	11	3.48
E15	Fasilitas Internet.	2	5	17	24	8	3.55

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Untuk item Kenyamanan ruang konsultasi (E11), 5 responden menyatakan tidak puas, 23 responden cukup puas, 15 responden puas, 13 responden sangat puas.

Untuk item Kebersihan ruang konsultasi (E12), 4 responden menyatakan tidak puas, 25 responden cukup puas, 17 responden puas, dan 10 responden sangat puas.

Untuk item Kerapihan Pemeriksa (E13), 2 responden menyatakan sangat tidak puas, 3 responden tidak puas, 3 responden cukup puas, 26 responden puas, dan 16 responden sangat puas.

Sedangkan untuk item Kelengkapan peralatan komputer (E14), 2 responden menyatakan sangat tidak puas, 6 responden tidak puas, 22 responden cukup puas, 15 responden puas, dan 11 responden sangat puas.

Terakhir untuk item Fasilitas internet (E15), 2 responden menyatakan sangat tidak puas, 5 responden tidak puas, 17 responden cukup puas, 24 responden puas, dan 8 responden sangat puas.

Skor tertinggi adalah pada item E11 (kenyamanan ruang konsultasi) dengan skor rata-rata 3.64, dan terendah adalah pada item E13 (kerapihan Pemeriksa) dan E14 (kelengkapan peralatan komputer) dengan skor rata-rata 3.48.

- (d) Skor Harapan Dimensi *Responsiveness*. Skor Harapan pelanggan untuk dimensi *Responsiveness* terlihat pada tabel 4.13 dibawah ini.

Untuk item Kesigapan Pemeriksa dalam merespon keluhan pemohon (E16), 4 responden menyatakan tidak puas, 18 responden cukup puas, 27 responden puas, dan 7 responden sangat puas.

Untuk item Kesigapan Pemeriksa dalam memberikan informasi yang jelas (E17), 1 responden menyatakan sangat tidak puas, 4 responden tidak puas, 23 responden cukup puas, 20 responden puas, dan 8 responden sangat puas.

Kemudian untuk item Kemampuan Pemeriksa dalam membantu pemecahan masalah pemohon (E18), 3 responden menyatakan tidak puas, 20 responden cukup puas, 20 responden puas, dan 13 responden sangat puas.

Tabel 4.13
Skor Harapan Pelanggan Dimensi *Responsiveness*

Dimensi		Skor Harapan					Skor rata-rata
4. <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)		Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas	
E16	Kesigapan Pemeriksa dalam merespon keluhan pemohon.	0	4	18	27	7	3.66
E17	Kesigapan Pemeriksa dalam memberikan informasi yang jelas.	1	4	23	20	8	3.54
E18	Kemampuan Pemeriksa dalam membantu pemecahan masalah pemohon.	0	3	20	20	13	3.77
E19	Kemampuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.	1	3	22	16	14	3.70
E20	Pengetahuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.	0	3	18	21	14	3.82

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Item Kemampuan Pemeriksa dalam melayani pemohon (E19), 1 responden menyatakan sangat tidak puas, 3 responden tidak puas, 22 responden cukup puas, 16 responden puas, dan 14 responden sangat puas.

Terakhir untuk item Pengetahuan Pemeriksa dalam melayani pemohon (E20), 3 responden menyatakan tidak puas, 18 responden cukup puas, 21 responden puas, dan 14 responden sangat puas.

- (e) Skor Harapan Dimensi *Empathy*. Harapan pelanggan untuk dimensi *Empathy* terlihat pada Tabel 4.14 dibawah ini.

Tabel 4.14
Skor Harapan Pelanggan Dimensi *Empathy*

Dimensi		Skor Harapan					Skor rata-rata
		Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas	
5. <i>Empathy</i>							
E21	Perhatian Pemeriksa kepada pemohon.	0	4	22	17	13	3.70
E22	Kemampuan Pemeriksa berkomunikasi dengan pemohon.	0	4	18	23	11	3.73
E23	Kemudahan pemohon dalam menyampaikan keluhan.	0	2	25	16	13	3.71
E24	Memahami kebutuhan pemohon.	0	4	14	27	11	3.80
E25	Yanggung jawab Pemeriksa terhadap dokumen.	1	2	16	22	15	3.86

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Berdasarkan tabel diatas untuk item Perhatian Pemeriksa kepada pemohon (E21), adalah sebagai berikut: 4 responden menyatakan tidak puas, 22 responden cukup puas, 17 responden puas, dan 13 responden sangat puas.

Kemudian untuk item Kemampuan Pemeriksa berkomunikasi dengan pemohon (E22), adalah sebagai berikut: 4 responden menyatakan tidak puas, 18 responden cukup puas, 23 responden puas, dan 11 responden sangat puas.

Untuk item item Kemudahan pemohon dalam menyampaikan keluhan (E23), adalah sebagai berikut: 2 responden menyatakan tidak puas, 25 responden cukup puas, 16 responden puas, 13 responden sangat puas.

Selanjutnya untuk item Memahami kebutuhan pemohon (E24), adalah sebagai berikut.: 4 responden menyatakan tidak puas, 14 responden cukup puas, 27 responden puas, dan 11 responden sangat puas.

Untuk item Tanggung jawab Pemeriksa terhadap dokumen (E25), adalah sebagai berikut: 1 responden menyatakan sangat tidak puas, 2 responden tidak puas, 16 responden cukup puas, 22 responden puas, dan 15 responden sangat puas.

Skor tertinggi adalah pada item E25 (tanggung jawab Pemeriksa terhadap dokumen) dengan skor rata-rata 3.86, dan yang terendah adalah item E21 (perhatian Pemeriksa kepada pemohon, dengan skor rata-rata 3.70.

Secara keseluruhan, harapan pelanggan terhadap layanan Pemeriksa Paten yang diukur dengan model SERVQUAL terlihat pada Tabel 4.15 dibawah ini.

Tabel: 4.15
Skor Harapan Pelanggan Model SERVQUAL

No	Skor Harapan		
	Dimensi	Skor rata-rata	%
1	<i>Reliability</i> (Keandalan)	17.91	20%
2	<i>Assurance</i> (Jaminan)	18.57	20%
3	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	17.75	19%
4	<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	18.48	20%
5	<i>Empathy</i> (Kepedulian)	18.80	21%
Σ		91.52	100%

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Dari tabel diatas terlihat bahwa skor harapan pelanggan tertinggi adalah untuk dimensi *Empathy* (kepedulian) dengan rata-rata 18.80, kemudian diikuti oleh dimensi *Assurance* (jaminan) dengan rata-rata 18.57, lalu dimensi *Reponsiveness* (daya tanggap) dengan rata-rata 18.48. Selanjutnya dimensi *Reliability* (keandalan) dengan rata-rata 17.91, dan terendah adalah dimensi *Tangibles* (bukti fisik) dengan rata-rata 17.75.

4.4.3 Tingkat Kepentingan

Peneliti juga mengukur tingkat kepentingan menurut pelanggan, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepentingan menurut pelanggan terhadap layanan Pemeriksa Paten pada Direktorat Paten Ditjen HKI Departemen Hukum dan HAM RI yang juga diukur dengan model SERVQUAL. Hasil pengukuran adalah sebagai berikut:

- (a) Skor Tingkat Kepentingan Dimensi *Reliability*. Skor yang diperoleh dari kuesioner adalah seperti terlihat pada Tabel 4.16 dibawah ini.

Tabel 4.16
Skor Tingkat Kepentingan Pelanggan Dimensi *Reliability*

Dimensi		Skor Tingkat Kepentingan					Skor rata-rata
1. Reliability (Keandalan)		Sangat tidak penting	Tidak Penting	Cukup Penting	Penting	Sangat Penting	
K01	Ketepatan waktu pemeriksaan Paten.	6	4	22	14	10	3.32
K02	Kecepatan pemberian layanan.	0	2	25	22	7	3.61
K03	Kemudahan mendapatkan informasi.	3	2	23	17	11	3.55
K04	Prosedur pemeriksaan yang tidak berbelit-belit.	3	4	23	22	4	3.36
K05	Kesiapan untuk menolong.	4	1	19	16	16	3.70

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa, skor item Ketepatan waktu pemeriksaan Paten (K01), adalah sebagai berikut: 6 responden menyatakan sangat tidak penting, 4 responden tidak penting, 22 responden menyatakan cukup penting, 14 responden menyatakan penting, dan 10 responden menyatakan sangat penting.

Untuk item Kecepatan pemberian layanan (K02), adalah sebagai berikut: 2 responden menyatakan tidak penting, 25 responden menilai cukup penting, 22 responden menilai penting, 7 responden menilai sangat penting.

Dalam hal Kemudahan mendapatkan informasi (K03), maka penilaian responden sebagai berikut: 3 responden menilai sangat tidak penting, 2 responden menilai tidak penting, 23 responden menilai cukup penting, 17

responden menilai penting, dan 11 responden menilai sangat penting.

Kemudian untuk item Prosedur pemeriksaan yang tidak berbelit-belit (K04), adalah sebagai berikut: 3 responden menyatakan sangat tidak penting, 4 responden menyatakan tidak penting, 23 responden menyatakan cukup penting, 22 responden menyatakan penting, dan 4 responden menilai sangat penting.

Selanjutnya item Kesiapan untuk menolong (K05), adalah sebagai berikut: 4 responden menyatakan sangat tidak penting, 1 responden menyatakan tidak penting, 19 responden menyatakan cukup penting, 16 responden menilai penting dan 16 responden menyatakan sangat penting.

- (b) Skor Tingkat Kepentingan Dimensi *Assurance*. Kemudian skor tingkat kepentingan menurut pelanggan untuk dimensi *Assurance* terlihat pada Tabel 4.17 dibawah ini.

Tabel 4.17
Skor Tingkat Kepentingan Pelanggan Dimensi *Assurance*

Dimensi		Skor Tingkat Kepentingan					Skor rata-rata
2. Assurance (Jaminan)		Sangat tidak penting	Tidak Penting	Cukup Penting	Penting	Sangat Penting	
K06	Keramahan Pemeriksa.	2	2	34	12	6	3.32
K07	Keterampilan Pemeriksa.	3	3	18	10	22	3.80
K08	Pengetahuan Pemeriksa.	3	3	22	14	14	3.59
K09	Kesopanan Pemeriksa.	3	2	16	13	22	3.88
K10	Kesabaran Pemeriksa.	4	2	17	16	17	3.71

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa skor untuk item Keramahan Pemeriksa (K06), adalah: 2 responden menyatakan sangat tidak penting, 2 responden tidak penting, 34 responden cukup penting, 12 responden menyatakan penting, dan 6 responden menyatakan sangat penting.

Untuk item Keterampilan Pemeriksa (K07), adalah: 3 responden menilai sangat tidak penting, 3 responden menilai tidak penting, 18 responden menilai cukup penting, 10 responden menilai penting, dan 22 responden menilai sangat penting.

Selanjutnya untuk Item Pengetahuan Pemeriksa (K08), adalah: 3 responden menilai sangat tidak penting, 3 responden menilai tidak penting, 22 responden menilai cukup penting, 14 responden menilai penting, dan 14 responden menyatakan sangat penting.

Untuk item Kesopanan Pemeriksa (K09), adalah: 3 responden menyatakan sangat tidak penting, 2 responden menyatakan tidak penting, 16 responden menyatakan cukup penting, 13 responden menyatakan penting, dan 22 responden menyatakan sangat penting.

Selanjutnya untuk item Kesabaran Pemeriksa (K10), adalah: 4 responden menilai sangat tidak penting, 2 responden menilai tidak penting, 17 responden menilai cukup penting, 16 responden menilai penting, dan 17 responden menilai sangat penting.

Skor tertinggi kepentingan pelanggan untuk dimensi *Assurance* ini adalah pada item K09 (kesopanan Pemeriksa), dengan skor rata-rata 3.88, yang terendah adalah item K06 (keramahan Pemeriksa), dengan skor rata-rata 3.32.

- (c) Skor Kepentingan Dimensi *Tangibles*. Skor tingkat kepentingan pelanggan untuk dimensi *Tangibles* adalah terlihat pada Tabel 4.18 dibawah ini.

Tabel 4.18
Skor Tingkat Kepentingan Pelanggan Dimensi *Tangibles*

Dimensi		Skor Tingkat Kepentingan					Skor rata-rata
3. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)		Sangat tidak penting	Tidak Penting	Cukup Penting	Penting	Sangat Penting	
K11	Kenyamanan ruang konsultasi.	3	3	20	15	15	3.64
K12	Kebersihan ruang konsultasi.	3	2	23	18	10	3.54
K13	Kerapihan Pemeriksa.	3	2	20	18	13	3.64
K14	Kelengkapan peralatan komputer.	4	4	22	11	15	3.52
K15	Fasilitas internet.	4	2	23	11	16	3.59

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Berdasarkan tabel diatas Kenyamanan ruang konsultasi (K11), mendapat skor: 3 responden menyatakan sangat tidak penting, 3 responden menyatakan tidak penting, 20 responden menyatakan cukup penting, 15 responden menyatakan penting, dan 15 responden menyatakan sangat penting.

Sedangkan untuk item Kebersihan ruang konsultasi (K12), adalah: 3 responden menyatakan sangat tidak penting, 2 responden menyatakan tidak penting, 23 responden menyatakan cukup penting, 18 responden menyatakan penting, dan 10 responden menyatakan sangat penting.

Untuk item Kerapihan Pemeriksa (K13), 3 responden menyatakan sangat tidak penting, 2 responden menyatakan tidak penting, 20 responden menyatakan cukup penting, 18 responden menyatakan penting, dan 13 responden menyatakan sangat penting.

Kemudian untuk item Kelengkapan peralatan komputer (K14), 4 responden menyatakan sangat tidak penting, 4 responden menyatakan tidak penting, 22 responden menyatakan cukup penting, 11 responden menyatakan penting, dan 15 responden menyatakan sangat penting.

Terakhir untuk item Fasilitas internet (K15), 4 responden menilai sangat tidak penting, 2 responden menilai tidak penting, 23 responden menilai cukup penting, 11 responden menilai penting, dan 16 responden menilai sangat penting.

Skor tertinggi untuk dimensi *Tangibles* adalah pada item K15 (fasilitas internet), yaitu dengan skor rata-rata 3.59, dan terendah adalah K14 dengan skor rata-rata 3.52.

- (d) Skor Kepentingan Dimensi *Responsiveness*. Selanjutnya untuk skor kepentingan dimensi *Responsiveness*. Dapat dilihat pada Tabel 4.19 dibawah ini.

Tabel 4.19
Skor Tingkat Kepentingan Dimensi *Responsiveness*

Dimensi		Skor Tingkat Kepentingan					Skor rata-rata
4. Responsiveness (Daya tanggap)		Sangat Tidak Penting	Tidak Penting	Cukup Penting	Penting	Sangat Penting	
K16	Kesigapan Pemeriksa dalam merespon keluhan pemohon.	3	5	21	13	14	3.54
K17	Kesigapan Pemeriksa dalam memberikan informasi yang jelas.	3	1	24	16	12	3.59
K18	Kemampuan Pemeriksa dalam membantu pemecahan masalah pemohon.	0	2	26	18	10	3.64
K19	Kemampuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.	4	2	17	21	12	3.63
K20	Pengetahuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.	4	1	22	18	11	3.55

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Dari tabel diatas terlihat bahwa skor untuk item Kesigapan Pemeriksa dalam merespon keluhan pemohon (K16), adalah sebagai berikut: 3 responden menyatakan sangat tidak penting, 5 responden menyatakan tidak penting, 21 responden menyatakan cukup penting, 13 responden menyatakan penting, dan 14 responden menyatakan sangat penting.

Untuk item Kesigapan Pemeriksa dalam memberikan informasi yang jelas (K17), adalah sebagai berikut: 3

responden menyatakan sangat tidak penting, 1 responden menyatakan tidak penting, 24 responden menyatakan cukup penting, 16 responden menyatakan penting, dan 12 responden menyatakan sangat penting.

Kemudian untuk item Kemampuan Pemeriksa dalam membantu pemecahan masalah pemohon (K18), adalah sebagai berikut: 2 responden menyatakan tidak penting, 26 responden menyatakan cukup penting, 18 responden menyatakan penting, dan 10 responden menyatakan sangat penting.

Untuk item Kemampuan Pemeriksa dalam melayani pemohon (K19), adalah sebagai berikut: 4 responden menyatakan sangat tidak penting, 2 responden menyatakan tidak penting, 17 responden menyatakan cukup penting, 21 responden menyatakan penting, dan 12 responden menyatakan sangat penting.

Terakhir untuk item Pengetahuan Pemeriksa dalam melayani pemohon (K20), adalah sebagai berikut: 4 responden menyatakan sangat tidak penting, 1 responden menyatakan tidak penting, 22 responden menyatakan cukup penting, 18 responden menyatakan penting, dan 11 responden menyatakan sangat penting.

Skor tertinggi adalah pada item K18 (kemampuan Pemeriksa dalam membantu pemecahan masalah pemohon), dengan skor rata-rata 3.64, dan yang terendah adalah item K16 (kesigapan Pemeriksa dalam merespon keluhan pemohon), dengan skor rata-rata 3.54.

- (e) Skor Kepentingan Dimensi *Empathy*. Skor Tingkat Kepentingan Pelanggan untuk Dimensi *Empathy* terlihat pada Tabel 4.20 dibawah ini.

Tabel 4.20
Skor Tingkat Kepentingan Pelanggan Dimensi *Empathy*

Dimensi		Skor Tingkat Kepentingan					Skor rata-rata
		Sangat Tidak Penting	Tidak Penting	Cukup Penting	Penting	Sangat Penting	
K21	Perhatian Pemeriksa kepada pemohon.	2	1	23	13	17	3.75
K22	Kemampuan Pemeriksa berkomunikasi dengan pemohon.	1	1	14	27	13	3.89
K23	Kemudahan pemohon dalam menyampaikan keluhan.	2	2	16	21	15	3.80
K24	Memahami kebutuhan pemohon.	2	1	16	23	14	3.82
K25	Tanggung jawab Pemeriksa terhadap dokumen.	0	2	16	21	17	3.95

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Dari tabel diatas terlihat bahwa skor Perhatian Pemeriksa kepada pemohon (K21), adalah sebagai berikut: 2 responden menyatakan sangat tidak penting, 1 responden menyatakan tidak penting, 23 responden menyatakan cukup penting, 13 responden menyatakan penting, dan 17 responden menyatakan sangat penting.

Kemudian untuk item Kemampuan Pemeriksa berkomunikasi dengan pemohon (K22), adalah sebagai

berikut: 1 responden menyatakan sangat tidak penting, 1 responden menyatakan tidak penting, 14 responden menyatakan cukup penting, 27 responden menyatakan penting, dan 13 responden menyatakan sangat penting.

Selanjutnya untuk item Kemudahan pemohon dalam menyampaikan keluhan (K23), adalah sebagai berikut: 2 responden menyatakan sangat tidak penting, 2 responden menyatakan tidak penting, 16 responden menyatakan cukup penting, 21 responden menyatakan penting, dan 15 responden menyatakan sangat penting.

Untuk item Memahami kebutuhan pemohon (K24), adalah sebagai berikut: 2 responden menyatakan sangat tidak penting, 1 responden menyatakan tidak penting, 16 responden menyatakan cukup penting, 23 responden menyatakan penting, dan 14 responden menyatakan sangat penting.

Terakhir untuk Tanggung jawab Pemeriksa terhadap dokumen (K25), adalah sebagai berikut: 2 responden menyatakan tidak penting, 16 responden menyatakan cukup penting, 21 responden menyatakan penting, dan 17 responden menyatakan sangat penting.

Skor rata-rata tertinggi untuk dimensi ini adalah pada item K25 (tanggung jawab Pemeriksa terhadap dokumen) dengan skor rata-rata 3.95, dan yang terendah adalah item K21 (perhatian Pemeriksa kepada pemohon) dengan skor rata-rata 3.75.

Secara keseluruhan Tingkat Kepentingan pelanggan yang diukur dengan model SERVQUAL terlihat pada Tabel 4.21 dibawah ini.

Tabel: 4.21
Skor Tingkat Kepentingan Pelanggan Model SERVQUAL

No	Skor Kepentingan		
	Dimensi	Skor rata-rata	%
1	<i>Reliability</i> (Keandalan)	17.54	19%
2	<i>Assurance</i> (Jaminan)	18.30	20%
3	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	17.93	20%
4	<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	17.95	20%
5	<i>Empathy</i> (Kepedulian)	19.21	21%
	Σ	90.93	100%

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa skor tertinggi Tingkat Kepentingan Pelanggan adalah untuk dimensi *Empathy* (kepedulian) dengan skor rata-rata 19.21, dan yang terendah adalah dimensi *Reliability* (keandalan) dengan skor rata-rata 17.54.

4.5 Analisis Kualitas Layanan

Kualitas layanan definisikan sabagai perbedaan antara kinerja atau persepsi yang dirasakan oleh pelanggan dengan harapan pelanggan, atau dapat dirumuskan sebagai:

$$Q = P - E,$$

Dimana Q = Kualitas layanan (*service quality*),

P = kinerja yang diukur berdasarkan apa yang dirasakan oleh pelanggan,

E = Harapan pelanggan (*expectation*).

Hasil olahan SPSS untuk tingkat kepuasan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 4.22.

Diasumsikan bahwa untuk mengukur kualitas layanan tertinggi, jika nilai skor adalah positif, dan kualitas layanan

terendah, jika nilai skor adalah negatif. Dalam hal ini batas atas dan bawah adalah 5 dan -5.

Tabel 4.22
Skor dan Nilai Rata-rata Kualitas Layanan Pemeriksa Paten pada
Direktorat Paten Ditjen HKI Departemen Hukum dan HAM RI.

Item	Skor Kualitas Layanan											Rata-rata
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	
Q01	0	0	3	15	10	24	4	0	0	0	0	-0.80
Q02	0	1	6	13	12	21	3	0	0	0	0	-1.02
Q03	0	0	3	13	16	21	3	0	0	0	0	-0.86
Q04	0	0	3	7	19	26	1	0	0	0	0	-0.73
Q05	0	0	6	8	14	24	4	0	0	0	0	-0.79
Q06	0	0	2	3	18	27	6	0	0	0	0	-0.43
Q07	0	0	2	11	11	30	2	0	0	0	0	-0.66
Q08	0	0	5	6	17	24	4	0	0	0	0	-0.71
Q09	0	0	4	9	17	20	6	0	0	0	0	-0.73
Q10	0	0	5	7	21	18	5	0	0	0	0	-0.80
Q11	0	2	4	8	18	21	3	0	0	0	0	-0.91
Q12	0	1	2	8	19	22	4	0	0	0	0	-0.73
Q13	0	1	2	9	16	22	6	0	0	0	0	-0.68
Q14	0	0	2	4	19	19	10	2	0	0	0	-0.34
Q15	0	1	1	4	19	24	6	1	0	0	0	-0.46
Q16	0	0	1	8	18	23	5	1	0	0	0	-0.54
Q17	0	0	1	8	14	25	7	1	0	0	0	-0.43
Q18	0	0	1	15	14	21	4	0	1	0	0	-0.71
Q19	0	0	3	12	11	24	4	1	1	0	0	-0.63
Q20	0	0	2	12	10	28	3	0	1	0	0	-0.61
Q21	0	0	7	8	13	25	3	0	0	0	0	-0.84
Q22	0	2	6	5	19	18	6	0	0	0	0	-0.88
Q23	0	0	4	11	17	20	4	0	0	0	0	-0.84
Q24	0	0	6	10	18	20	1	1	0	0	0	-0.95
Q25	0	0	1	11	21	18	4	1	0	0	0	-0.71
Σ	0	8	82	225	401	565	108	8	3	0	0	-17.79

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Dari tabel diatas tergambar perolehan skor kualitas layanan Pemeriksa Paten Direktorat Paten Ditjen HKI Departemen Hukum dan HAM RI untuk semua Dimensi.

Daerah yang bertanda minus (-) berarti kualitas layanan Pemeriksa Paten kurang dari harapan pelanggan. Nol (0) berarti kualitas layanan Pemeriksa Paten sama dengan yang diharapkan oleh pelanggan, dengan kata lain pelanggan puas atas kinerja Pemeriksa Paten saat ini.

Sedangkan daerah positif (+) berarti kualitas layanan Pemeriksa Paten melebihi harapan pelanggan, yang artinya pelanggan sangat puas dengan layanan Pemeriksa Paten saat ini.

Dari tabel terlihat bahwa secara keseluruhan nilai rata-rata bertanda negatif, ini artinya secara keseluruhan pelanggan belum puas atau tidak puas dengan layanan Pemeriksa Paten saat ini. Dengan kata lain kualitas layanan Pemeriksa Paten masih rendah dan harus diperbaiki. Lima kualitas layanan tertinggi atau yang mendekati nol (puas) akan dibicarakan dibawah ini.

Kualitas layanan tertinggi atau mendekati puas adalah pada Q14, yaitu pada dimensi *Tangibles*, dengan nilai rata-rata -0.34 (34%), artinya pemohon atau pelanggan tidak puas sebesar -0.34 atau 34%, terhadap kelengkapan peralatan komputer yang ada pada Pemeriksa, karena dalam proses pemeriksaan, peralatan ini sangat menunjang sekali untuk membuat surat-surat dan melakukan pemeriksaan deskripsi Paten.

Kualitas layanan kedua berada pada Q17 yaitu pada dimensi *Responsiveness*, dengan nilai rata-rata -0.43 (43%), artinya pemohon atau pelanggan tidak puas dengan kesigapan Pemeriksa dalam memberikan informasi yang jelas sebesar 43%.

Kualitas layanan ketiga berada pada Q06, yaitu pada dimensi *Assurance* dengan nilai rata-rata -0.43 (43%), artinya pelanggan tidak puas sebesar 43% terhadap keramahan Pemeriksa.

Kualitas layanan keempat adalah pada Q15, yaitu pada dimensi *Tangibles* dengan nilai rata-rata -0.46 (46%), artinya pelanggan tidak puas sebesar 46% terhadap fasilitas internet.

Sedangkan yang kelima adalah Q16 pada dimensi *Responsiveness*, sebesar -0.54 (54%), artinya pelanggan tidak puas sebesar 54% terhadap kesigapan Pemeriksa dalam merespon keluhan pemohon.

Tabel: 4.23
Skor Kualitas Layanan untuk masing-masing Dimensi
SERVQUAL

No	Skor Kualitas Layanan		
	Dimensi	Skor rata-rata	%
1	<i>Reliability</i> (Keandalan)	-4.20	24%
2	<i>Assurance</i> (Jaminan)	-3.34	19%
3	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	-3.13	18%
4	<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	-2.91	16%
5	<i>Empathy</i> (Kepedulian)	-4.21	24%
	Σ	-17.79	100%

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Jika dilihat perdimensi, skor rata-rata kualitas layanan dapat dilihat pada Tabel 4.23 diatas. Terlihat bahwa kualitas layanan Pemeriksa Paten masih dibawah nilai puas, karena skor rata-rata bertanda minus. Nilai-nilai yang terdekat dengan nol adalah nilai yang mendekati puas, karena nilai persepsi pelanggan sama dengan nilai harapan pelanggan.

Skor tertinggi atau yang mendekati puas adalah pada dimensi *Responsiveness* (Daya tanggap), dengan skor rata-rata -2.91 atau 16% dari total rata-rata, kemudian yang terendah adalah dimensi *Empathy* (Kepedulian) dengan skor rata-rata -4.21 atau 24% dari total rata-rata.

4.5.1 Analisis Tingkat Kepuasan Dimensi *Reliability* (keandalan)

Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan adalah dengan membandingkan antara apa yang dirasakan (*performance*) pelanggan dengan apa yang diharapkan (*expectation*) oleh pelanggan, atau dapat ditulis dengan rumus :

$$\text{Tingkat Kepuasan } q = \frac{P}{E} \times 100\%$$

Dimana q = Tingkat Kepuasan,

P = Perspepsi (*Performance*),

E = Harapan pelanggan (*Expectation*).

Berikut akan diuraikan tingkat kepuasan perdimensi. Tabel 4.24 dibawah ini adalah rangkuman tingkat kepuasan untuk dimensi *Reliability*.

Tabel 4.24
Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap layanan Pemeriksa Paten
Dimensi *Reliability*

1. <i>Reliability</i> (Keandalan)		Tingkat Kepuasan rata-rata (P/E)	Tingkat Kepuasan(%)
q01	Ketepatan waktu pemeriksaan Paten.	0.7929	79%
q02	Kecepatan pemberian layanan.	0.7616	76%
q03	Kemudahan mendapatkan informasi.	0.7823	78%
q04	Prosedur pemeriksaan yang tidak berbelit-belit.	0.8177	82%
q05	Kesiapan untuk menolong.	0.8111	81%
Σ rata-rata		0.7931	79%

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Dari tabel diatas dapat dilihat tingkat kepuasan pelanggan dalam persen. Tingkat kepuasan tertinggi yaitu q04

(prosedur pemeriksaan yang tidak berbelit-belit) dengan rata-rata 0.8177 atau 82%, kemudian

q05 (kesiapan untuk menolong), dengan rata-rata 0.8111 atau 81%,

q01 (ketepatan waktu pemeriksaan Paten), dengan rata-rata sebesar 0.7929 atau 79%,

q03 (kemudahan mendapatkan informasi), dengan rata-rata sebesar 0.7823 atau 78%, dan

Tingkat kepuasan terendah adalah q02 (kecepatan pemberian layanan), dengan rata-rata sebesar 76.16 atau 76%.

4.5.2 Tingkat Kepuasan Dimensi *Assurance* (jaminan)

Untuk dimensi *Assurance*, tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Pemeriksa Paten terangkum pada Tabel 4.25 dibawah ini.

Tabel 4.25
Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap layanan Pemeriksa Paten
Dimensi *Assurance*

2: Assurance (Jaminan)		Tingkat Kepuasan rata-rata (P/E)	Tingkat Kepuasan(%)
q06	Keramahan Pemeriksa.	0.9055	91%
q07	Keterampilan Pemeriksa.	0.8443	84%
q08	Pengetahuan Pemeriksa.	0.8441	84%
q09	Kesopanan Pemeriksa.	0.8243	82%
q10	Kesabaran Pemeriksa.	0.8100	81%
Σrata-rata		0.8456	85%

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Tingkat kepuasan tertinggi untuk dimensi ini adalah pada q06 (keramahan Pemeriksa), dengan nilai rata-rata 0.9055 atau 91%, kemudian

q07 (keterampilan Pemeriksa), dengan nilai rata-rata 0.8443 atau 84%,

q08 (pengetahuan Pemeriksa) dengan nilai rata-rata 0.8441 atau 84%,

q09 (kesopanan Pemeriksa), dengan nilai rata-rata 0.8243 atau 82%, dan

Tingkat kepuasan yang terendah adalah q10 (kesabaran Pemeriksa) dengan nilai rata-rata 0.8100 atau 81%.

4.5.3 Tingkat Kepuasan Dimensi *Tangibles* (bukti fisik)

Berikutnya adalah tingkat kepuasan untuk dimensi *Tangibles* (bukti fisik). Hasil perhitungannya dapat dilihat pada Tabel 4.26 dibawah ini.

Tabel 4.26
Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap layanan Pemeriksa Paten
Dimensi *Tangibles*

3. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)		Tingkat Kepuasan rata-rata (P/E)	Tingkat Kepuasan(%)
q11	Kenyamanan ruang konsultasi.	0.7952	80%
q12	Kebersihan ruang konsultasi.	0.8389	84%
q13	Kerapihan Pemeriksa.	0.8618	86%
q14	Kelengkapan peralatan komputer.	0.9548	95%
q15	Fasilitas Internet.	0.9116	91%
Σrata-rata		0.8725	87%

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Pemeriksa Paten untuk dimensi *Tangibles* hampir mendekati 100%. Artinya persepsi pelanggan hampir sama dengan harapan pelanggan.

Tingkat kepuasan tertinggi adalah pada q14 (kelengkapan peralatan komputer), dengan nilai rata-rata 0.9548 atau 95%, kemudian

q15 (fasilitas internet), dengan nilai rata-rata 0.9116 atau 91%,

q13 (kerapihan Pemeriksa), dengan nilai rata-rata 0.8618 atau 86%,

q12 (kebersihan ruang konsultasi), dengan nilai rata-rata 0.8389 atau 84%, dan

Tingkat kepuasan terendah adalah q11 (kenyamanan ruang konsultasi), dengan nilai rata-rata 0.7952 atau 80%.

4.5.4 Tingkat Kepuasan Dimensi *Responsiveness* (daya tanggap)

Berikutnya adalah analisis tingkat kepuasan untuk dimensi *Responsiveness* (daya tanggap). Hasil perhitungannya dapat dilihat pada Tabel 4.27 dibawah ini.

Tabel 4.27
Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap layanan Pemeriksa
Patent Dimensi *Responsiveness*

4. <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)		Tingkat Kepuasan rata-rata (P/E)	Tingkat Kepuasan (%)
q16	Kesigapan Pemeriksa dalam merespon keluhan pemohon.	0.8884	89%
q17	Kesigapan Pemeriksa dalam memberikan informasi yang jelas.	0.9363	94%
q18	Kemampuan Pemeriksa dalam membantu pemecahan masalah pemohon.	0.8568	86%
q19	Kemampuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.	0.9025	90%
q20	Pengetahuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.	0.8816	88%
Σ rata-rata		0.893107	89%

Sumber: Hasil Olahan SPSS (diolah oleh peneliti).

Berdasarkan tabel diatas, dapat juga disimpulkan bahwa, tingkat kepuasan pelanggan rata-rata hampir mendekati 100%.

Untuk dimensi *Responsiveness* ini tingkat kepuasan tertinggi berada pada q17 (kesigapan Pemeriksa dalam memberikan informasi yang jelas), dengan nilai rata-rata 0.9363 atau 94%,

q19 (kemampuan Pemeriksa dalam melayani pemohon), dengan nilai rata-rata 0.9025 atau 90%, kemudian

q16 (kesigapan Pemeriksa dalam merespon keluhan pemohon), dengan nilai rata-rata 0.8884 atau 89%,

q20 (pengetahuan Pemeriksa dalam melayani pemohon), dengan nilai rata-rata 0.8816 atau 88%, dan

Tingkat kepuasan terendah adalah q18 (kemampuan Pemeriksa dalam membantu pemecahan masalah pemohon), dengan nilai rata-rata 0.8568 atau 86%.

4.5.5 Tingkat Kepuasan Dimensi *Empathy* (kepedulian)

Analisis terakhir untuk tingkat kepuasan adalah dimensi *Empathy* (kepedulian). Hasil perhitungannya dapat dilihat pada Tabel 4.28 dibawah ini.

Tabel 4.28
Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap layanan Pemeriksa Paten
Dimensi *Empathy*

5. <i>Empathy</i> (Kepedulian)		Tingkat Kepuasan rata-rata (P/E)	Tingkat Kepuasan(%)
q21	Perhatian Pemeriksa kepada pemohon.	0.8038	80%
q22	Kemampuan Pemeriksa berkomunikasi dengan pemohon.	0.8132	81%
q23	Kemudahan pemohon dalam menyampaikan keluhan.	0.8098	81%
q24	Memahami kebutuhan pemohon.	0.7786	78%
q25	Tanggung jawab Pemeriksa terhadap dokumen.	0.8466	85%
Σrata-rata		0.810393	81%

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan juga bahwa tingkat kepuasan tertinggi adalah pada q25 (tanggung jawab Pemeriksa terhadap dokumen), dengan nilai rata-rata 0.8466 atau 85%, kemudian

q22 (kemampuan Pemeriksa berkomunikasi dengan pemohon), dengan nilai rata-rata 0.8132 atau 81%,

q23 (kemudahan pemohon dalam menyampaikan keluhan), dengan nilai rata-rata 0.8098 atau 81%,

q21 (perhatian Pemeriksa kepada pemohon), dengan nilai rata-rata 0.8038 atau 80%, dan

Tingkat kepuasan terendah adalah q24 (memahami kebutuhan pemohon), dengan nilai rata-rata 0.7786 atau 78%.

4.6 Analisis Dimensi Prioritas Layanan

Dari perhitungan tingkat kepuasan rata-rata perdimensi diatas, berikut adalah tingkat kepuasan layanan Pemeriksa Paten pada Direktorat Paten Ditjen HKI Departemen Hukum dan HAM RI secara keseluruhan menurut model SERVQUAL. Dimana hasil akhir nilai rata-rata untuk masing dimensi dapat dilihat pada Tabel 4.29 di bawah ini.

Tabel 4.29
Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap layanan Pemeriksa Paten pada Direktorat Paten Ditjen HKI Departemen Hukum dan HAM RI berdasarkan model SERVQUAL

DIMENSI		Tingkat Kepuasan rata-rata (P/E)	Tingkat Kepuasan (%)
1	<i>Reliability</i> (Keandalan)	0.7930	79%
2	<i>Assurance</i> (Jaminan)	0.8454	85%
3	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	0.8724	87%
4	<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	0.8931	89%
5	<i>Empathy</i> (Kepedulian)	0.8103	81%
Σ		0.8428	84%

Sumber: Hasil Olahan SPSS (diolah oleh peneliti).

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan tertinggi adalah untuk dimensi *Responsiveness* (daya tanggap) dengan tingkat kepuasan rata-rata 0.8931 atau 89%, kemudian

dimensi *Tangibles* (bukti fisik) dengan nilai rata-rata 0.874 atau 87%.

dimensi *Assurance* (jaminan) dengan nilai rata-rata 0.8454 atau 84%, kemudian

dimensi *Empathy* (kepedulian) dengan nilai rata-rata 0.8103 atau 81%, dan tingkat kepuasan terendah adalah dimensi *Reliability* dengan nilai rata-rata 0.7930 atau 79%.

Sekarang peneliti ingin melihat tingkat kepentingan menurut pelanggan dari jawaban kuesioner yang terkumpul. Hasil olahan SPSS untuk tingkat kepentingan keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 4.30 sampai Tabel 4.34 berikut ini.

Tabel 4.30
Nilai rata-rata Tingkat Kepentingan Pelanggan dimensi *Reliability*

		1	2
1. <i>Reliability</i> (Keandalan)		Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan (K)	Rata-rata
K01	Ketepatan waktu pemeriksaan Paten.	3.32	3.51
K02	Kecepatan pemberian layanan.	3.61	
K03	Kemudahan mendapatkan informasi.	3.55	
K04	Prosedur pemeriksaan yang tidak berbelit-belit.	3.36	
K05	Kesiapan untuk menolong.	3.70	

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Dari tabel diatas tingkat kepentingan menurut pelanggan pada dimensi *Reliability* adalah K05 (kesiapan untuk menolong), dengan rata-rata 3.70, K02 (kecepatan pemberian layanan) dengan rata-rata 3.61, K03 (kemudahan mendapatkan informasi) dengan rata-rata 3.55, K04 (prosedur pemeriksaan yang tidak berbelit-belit) dengan rata-rata 3.36, dan K01 (ketepatan waktu pemeriksaan Paten) dengan rata-rata 3.32.

Tingkat kepentingan pelanggan dimensi *Assurance* dapat dilihat pada Tabel 4.31 dibawah ini.

Tabel 4.31
 Nilai rata-rata Tingkat Kepentingan Pelanggan dimensi *Assurance*

2. Assurance (Jaminan)		1	2
		Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan (K)	Rata-rata
K06	Keramahan Pemeriksa.	3.32	3.66
K07	Keterampilan Pemeriksa.	3.80	
K08	Pengetahuan Pemeriksa.	3.59	
K09	Kesopanan Pemeriksa.	3.88	
K10	Kesabaran Pemeriksa.	3.71	

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Pada tabel diatas tingkat kepentingan pelanggan dimensi *Assurance* adalah K09 (kesopanan Pemeriksa) dengan rata-rata 3.88, K07 (keterampilan Pemeriksa) dengan rata-rata 3.80, K10 (kesabaran Pemeriksa) dengan rata-rata 3.71, K08 (pengetahuan Pemeriksa) dengan rata-rata 3.59, dan K06 (keramahan Pemeriksa) dengan rata-rata 3.32.

Tingkat kepentingan pelanggan dimensi *Tangibles* terlihat pada Tabel 4.32 dibawah ini.

Tabel 4.32
 Nilai rata-rata Tingkat Kepentingan Pelanggan dimensi *Tangibles*

3. Tangibles (Bukti Fisik)		1	2
		Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan (K)	Rata-rata
K11	Kenyamanan ruang konsultasi.	3.64	3.59
K12	kebersihan ruang konsultasi.	3.54	
K14	Kelengkapan peralatan komputer.	3.64	
K13	Kerapihan Pemeriksa.	3.52	
K15	Fasilitas Internet.	3.59	

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Dari tabel diatas diketahui bahwa tingkat kepentingan pelanggan pada dimensi *Tangibles* yaitu: K11 (kenyamanan ruang

konsultasi) dengan rata-rata 3.64, K14 (kelengkapan peralatan komputer) dengan rata-rata 3.64, K15 (fasilitas internet) dengan rata-rata 3.59, dan K12 (kebersihan ruang konsultasi) dengan rata-rata 3.54.

Tingkat kepentingan menurut pelanggan untuk dimensi *Responsiveness* dapat dilihat pada Tabel 4.33 dibawah ini.

Tabel 4.33
Nilai rata-rata Tingkat Kepentingan Pelanggan dimensi
Responsiveness

4. <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)		1	2
		Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan (K)	Rata-rata
K16	Kesigapan Pemeriksa dalam merespon keluhan pemohon.	3.54	3.59
K17	Kesigapan Pemeriksa dalam memberikan informasi yang jelas.	3.59	
K18	Kemampuan Pemeriksa dalam membantu pemecahan masalah pemohon.	3.64	
K19	Kemampuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.	3.63	
K20	Pengetahuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.	3.55	

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Dimana menurut pelanggan yang terpenting adalah: K18 (kemampuan Pemeriksa dalam membantu pemecahan masalah pemohon) dengan rata-rata 3.64, K19 (kemampuan Pemeriksa dalam melayani pemohon) dengan rata-rata 3.63, K17 (kesigapan Pemeriksa dalam memberikan informasi yang jelas) dengan rata-rata 3.59, K20 (pengetahuan pemeriksa dalam melayani pemohon) dengan rata-rata 3.55, dan K16 (kesigapan Pemeriksa dalam merespon keluhan pemohon) dengan rata-rata 3.54.

Terakhir yaitu tingkat keentingan menurut pelanggan pada dimensi *Empathy* seperti terlibat pada Tabel 4.34 dibawah ini.

Tabel 4.34
Nilai rata-rata Tingkat Kepentingan Pelanggan dimensi *Empathy*

5. <i>Empathy</i> (Kepedulian)		1	2
		Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan (K)	Rata-rata
K21	Perhatian Pemeriksa kepada pemohon.	3.75	3.84
K22	Kemampuan Pemeriksa berkomunikasi dengan pemohon.	3.89	
K23	Kemudahan pemohon dalam menyampaikan keluhan.	3.80	
K24	Memahami kebutuhan pemohon.	3.82	
K25	Tanggung jawab Pemeriksa terhadap dokumen.	3.95	

Sumber: Hasil Olahan SPSS.

Dari tabel diatas yang terpenting menurut pelanggan adalah K25 (tanggung jawab Pemeriksa terhadap dokumen) dengan rata-rata 3.95, K22 (kemampuan Pemeriksa dalam berkomunikasi dengan pemohon) dengan rata-rata 3.89, K24 (memahami kebutuhan pemohon) dengan rata-rata 3.82, dan K21 (perhatian Pemeriksa kepada pemohon) dengan rata-rata 3.75,

Secara keseluruhan nilai rata-rata tingkat kepentingan menurut pelanggan dapat dilihat pada Tabel 4.35 dibawah ini.

Tabel 4.35
 Nilai rata-rata Tingkat Kepentingan Pelanggan dan prioritas perbaikan layanan

No	Dimensi	1	2
		Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan (K)	Prioritas
1	<i>Reliability</i> (Keandalan)	3.51	5
2	<i>Assurance</i> (Jaminan)	3.66	2
3	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	3.59	3
4	<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	3.59	4
5	<i>Empathy</i> (Kepedulian)	3.84	1

Sumber: Hasil Olahan SPSS (diolah oleh peneliti).

Dari tabel diatas, yang perlu mendapatkan prioritas pertama dan dianggap penting untuk perbaikan layanan adalah dimensi *Empathy* (kepedulian) dengan rata-rata 3.84, yang meliputi : Perhatian Pemeriksa kepada pemohon, Kemampuan Pemeriksa berkomunikasi dengan pemohon, Kemudahan pemohon dalam menyampaikan keluhan, Memahami kebutuhan pemohon, dan Tanggung jawab Pemeriksa terhadap dokumen.

Selanjutnya prioritas kedua adalah perbaikan untuk dimensi *Assurance* (jaminan) dengan rata-rata 3.66, yang meliputi: Keramahan Pemeriksa; Keterampilan Pemeriksa; Pengetahuan Pemeriksa; Kesopanan Pemeriksa; dan Kesabaran Pemeriksa.

Prioritas ketiga adalah perbaikan untuk dimensi *Tangibles* (bukti fisik) dengan rata-rata (3.59) yang meliputi: Kenyamanan ruang konsultasi; Kebersihan ruang konsultasi; Kerapihan Pemeriksa; Kelengkapan peralatan komputer; Fasilitas Internet.

Prioritas keempat adalah *Responsiveness* (daya tanggap) dengan rata-rata 3.59 yang meliputi : Kesigapan Pemeriksa dalam merespon keluhan pemohon, Kesigapan Pemeriksa dalam memberikan informasi yang jelas, Kemampuan Pemeriksa dalam

membantu pemecahan masalah pemohon, Kemampuan Pemeriksa dalam melayani pemohon, dan Pengetahuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.

Terakhir, yang kelima adalah perbaikan untuk dimensi *Reliability* (keandalan) dengan rata-rata 3.51 yang meliputi: Kecepatan waktu pemeriksaan Paten; Kecepatan pemberian layanan; Kemudahan mendapatkan informasi; Prosedur pemeriksaan yang tidak berbelit-belit; dan Kesiapan untuk menolong.

4.7 Upaya Untuk Meningkatkan Layanan

Dari uraian diatas, upaya yang harus dilakukan oleh pemerintah, dalam hal ini Direktorat Paten Ditjen HKI untuk meningkatkan kualitas layanan Pemeriksa Paten adalah, dengan memperhatikan prioritas menurut kepentingan pelanggan sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya. Antara lain adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan dan memotivasi Pemeriksa Paten agar mampu bekerja sigap dalam merespon setiap keluhan pelanggan atau pemohon. Memberikan pembekalan kepada Pemeriksa dengan informasi-informasi dan ilmu pengetahuan, sehingga Pemeriksa kaya akan informasi-informasi yang mungkin diperlukan oleh pelanggan atau pemohon. Misalnya memberikan kesempatan kepada Pemeriksa untuk mengikuti seminar-seminar dan lain-lain. Sehingga dengan ilmu yang dimilikinya Pemeriksa dapat membantu pemecahan masalah pemohon. Dan mampu melayani pemohon serta mempunyai pengetahuan yang dapat diandalkan dalam melayani pemohon.
2. Meningkatkan pengetahuan Pemeriksa akan etika dan sopan santun dalam menghadapi pelanggan, misalnya bagaimana cara membuat surat-surat resmi dengan kata-kata yang baik dan sopan, dan berbicara dengan pemohon pada saat konsultasi.

3. Meningkatkan rasa tanggung jawab Pemeriksa terhadap dokumen-dokumen permohonan Paten yang sedang dalam proses, dan menyelesaikannya tepat waktu, jangan mengulur-ulur pekerjaan hingga berlarut-larut.
4. Meningkatkan fasilitas-fasilitas yang mendukung pemeriksaan, seperti peralatan komputer, fasilitas internet, kertas untuk membuat surat-surat, ruang pemeriksaan dan lain-lain.
5. Meningkatkan kecepatan dan ketepatan dalam proses pemeriksaan. Mempermudah proses pemeriksaan dan tidak berbelit-belit, memperpendek birokrasi dalam proses pemeriksaan. Meningkatkan pengetahuan Pemeriksa dengan memberikan beasiswa untuk mengikuti pendidikan-pendidikan formal baik di dalam maupun diluar negeri.

4.8 Implikasi Kebijakan

Dari hasil penelitian yang telah diuraikan diatas, maka dapat berimplikasi terhadap kebijakan, terutama kebijakan untuk meningkatkan kualitas layanan Pemeriksa Paten antara lain kebijakan yang dapat diwujudkan adalah:

1. Pembinaan secara periodik terhadap Pemeriksa Paten dalam hal melayani pelanggan, sehingga Pemeriksa memiliki sifat yang peduli, dan punya rasa tanggung jawab terhadap pekerjaan.
2. Pendidikan yang berkaitan dengan pemeriksaan Paten yang berkesinambungan baik di dalam maupun diluar negeri.
3. Perawatan secara berkala terhadap fasilitas-fasilitas elektronik yang digunakan oleh Pemeriksa dalam melakukan pekerjaannya, dari mulai komputer, printer dan lain-lain.
4. Pengurangan lapisan birokrasi dalam proses pemeriksaan Paten, sehingga proses pemeriksaan menjadi lebih singkat dan tepat.

Bab V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis data dan pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan Pemeriksa Paten pada Direktorat Paten Ditjen HKI Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia RI yang diukur dengan model SERVQUAL belum memuaskan pelanggan, hal ini di tandai dengan skor rata-rata untuk semua dimensi masih berada dibawah nol atau bertanda negatif, ini artinya nilai persepsi pelanggan lebih kecil dari pada harapan pelanggan. Dengan kata lain kinerja Pemeriksa Paten lebih rendah dari pada apa yang diharapkan oleh pelanggan dalam hal ini para inventor dan atau konsultan HKI.

Sementara itu tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja Pemeriksa Paten untuk semua dimensi masih berada dibawah tingkat kepuasan pelanggan. Ini berarti, perbandingan antara kinerja Pemeriksa Paten dengan harapan pelanggan belum sebanding, dimana kinerja Pemeriksa Paten atau persepsi pelanggan lebih kecil dari pada harapan pelanggan.

Berikut adalah persepsi pelanggan terhadap kinerja Pemeriksa Paten yang diajukan lewat pertanyaan-pertanyaan yang ditulis dalam kuesioner penelitian:

- ❖ Kualitas layanan Pemeriksa Paten belum memuaskan, perlu peningkatan kinerja (SDM),
- ❖ Kualitas layanan Pemeriksa Paten cukup baik, terutama untuk permohonan-permohonan baru.
- ❖ Kualitas layanan Pemeriksa Paten kurang memuaskan, karena seringkali Pemeriksa mengandalkan Paten

berpadanan di luar negeri, sehingga menghambat waktu pemeriksaan.

Kemudian untuk menjawab pertanyaan penelitian berikutnya, faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dalam pemeriksaan Paten yang utama adalah kepedulian Pemeriksa. Pelanggan mengharapkan Pemeriksa Paten mempunyai rasa kepedulian terhadap dokumen yang sedang dikerjakan, mempunyai rasa perhatian kepada pemohon, pemohon mudah untuk menyampaikan keluhan, Pemeriksa mampu berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan dalam proses pemeriksaan Paten. Pelanggan juga mengharapkan Pemeriksa mempunyai rasa tanggung jawab terhadap dokumen yang sedang dikerjakan. Tidak menyalahgunakan pekerjaan yang mengakibatkan *backlog*.

Selain dari pada itu faktor yang dianggap penting oleh pelanggan adalah perihal etika dan kesopanan dari Pemeriksa Paten, keterampilan dan pengetahuan Pemeriksa Paten. Pelanggan mengharapkan juga agar Pemeriksa mempunyai wawasan yang luas, mengingat dalam pekerjaannya, Pemeriksa menghadapi banyak invensi yang harus diperiksa dan dinilai kebaruan, langkah inventif dan lain-lain yang menjadi faktor penting dalam pemeriksaan Paten.

Selanjutnya pelanggan menilai penting untuk mengadakan ruang konsultasi yang nyaman untuk berdiskusi dan atau dialog dengan Pemeriksa perihal hasil-hasil pemeriksaan yang akan atau sedang dikerjakan oleh Pemeriksa. Peralatan komputer yang lengkap dan diperbaharui secara berkelanjutan juga menjadi faktor penting yang dinilai oleh pelanggan. Juga sama pentingnya agar meningkatkan fasilitas internet, baik yang dipakai oleh Pemeriksa dalam pekerjaannya dan atau yang bisa digunakan oleh pelanggan untuk melihat publikasi Paten yang diterbitkan oleh kantor Paten.

Kemudian faktor-faktor yang dinilai penting oleh pelanggan adalah tentang kesigapan Pemeriksa dalam memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan, terutama dalam melaporkan hasil pemeriksaan Paten, mulai dari surat hasil pemeriksaan tahap 1 dan berikutnya sampai pada surat keputusan dapat diberi Paten atau ditolak.

Lebih lanjut pelanggan juga menilai penting agar proses pemeriksaan tidak berbelit-belit. Pemeriksa harus lebih cepat dan tanggap dalam pemberian layanan dan siap menolong kesulitan yang dihadapi oleh pelanggan.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang diperoleh maka dapat disarankan bahwa untuk meningkatkan kualitas layanan bagi pelanggan atau pemohon pada Direktorat Paten Ditjen HKI yang harus ditingkatkan adalah:

1. Meningkatkan pendidikan yang bersifat khusus bagi para Pemeriksa Paten secara periodik, karena ilmu pengetahuan dan teknologi selalu berkembang setiap saat, dengan proses pendidikan yang berkesinambungan maka diharapkan kinerja Pemeriksa Paten akan meningkat dan terjaga dari keterbelakangan.
2. Disamping pengetahuan yang bersifat khusus diatas, maka Pemeriksa Paten juga perlu diberi pengetahuan yang bersifat umum, seperti etika dalam menghadapi pelanggan, cara berkomunikasi dengan baik dan lain-lain.
3. Kebijakan-kebijakan yang berhubungan dengan proses pemeriksaan Paten hendaknya dapat menstimulir Pemeriksa Paten agar terus meningkatkan kualitas layanannya, sehingga tidak terjadi kesenjangan yang berakibat pada menurunnya kualitas

layanan. Seperti dengan memberikan penghargaan, bonus dan sebagainya kepada Pemeriksa Paten yang berprestasi.

4. Penelitian tentang kualitas layanan Pemeriksa Paten hendaknya dapat dilakukan secara berkala, untuk memantau kinerja para Pemeriksa Paten dan menghindari kesenjangan yang berkepanjangan.
5. Perlu peningkatan SDM, sarana dan prasarana ruang khusus konsultasi.
6. Yang menjadi kendala proses pemeriksaan biasanya pada saat terjemahan akhir dimana apabila terjemahan berasal dari penterjemah luar sering terlambat proses granted.
7. Meningkatkan kemampuan pemeriksaan sehingga tidak perlu mengandalkan Paten Luar Negeri.
8. Kepedulian terhadap hal-hal yang dianggap penting oleh pelanggan untuk meningkatkan kinerja dan kualitas layanan. Sehingga kepuasan pelanggan akan terpenuhi dan kualitas layanan Pemeriksa Paten akan baik dimata pelanggan khususnya dan dunia pada umumnya.

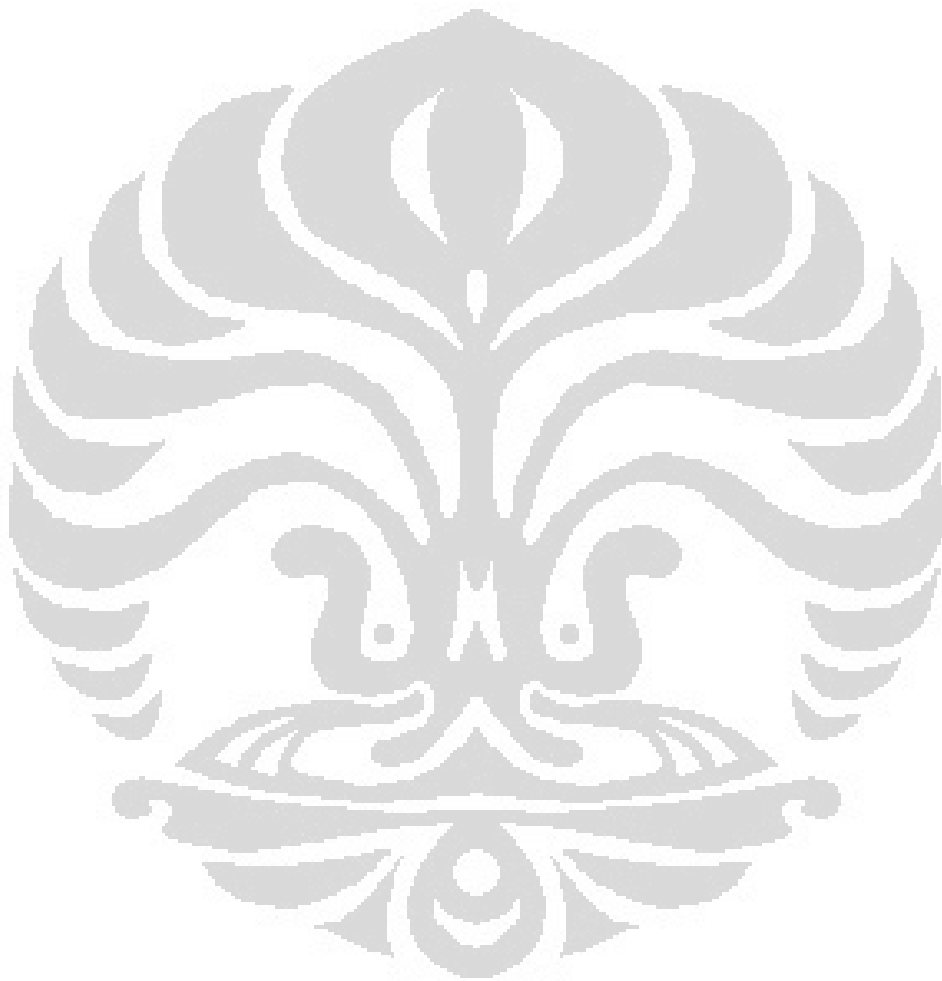
Daftar Pustaka

- Robbins, Stephen P dan Marry Coulter. (2005). *Manajemen*. Edisi ke 7 jilid 2. Penerbit PT INDEKS Kelompok Gramedia.
- Covey, Stephen R. the 8th *Habit From Effectiveness to Greatness*. London: Simon & Schuster UK Ltd.
- Firmansyah, Muhamad. (2008). *Tata Cara Mengurus HaKI*. Cet 1 Jakarta: visimedia.
- Russell, Bertrand. (2008). *The Analysis of the Mind*. Nu Vision Publications, LLC.
- Stiglitz, Joseph. (2006). *Making Globalization Work*. Penguin Book Ltd.
- Anton Yudi Setianto, Jehani, Niko Budiman, L Jehadun, Agnes N. (Juni 2008). *Panduan Lengkap Mengurus Perijinan & dokumen Pribadi, Keluarga & Bisnis*. Penerbit Forum Sahabat. Praninta Offset.
- Rosyidi, Muchtar. (2006). *Penuntun Perundang-undangan Negara Republik Indonesia*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Advendi S & Elsi Kartika S. edisi kedua. *Hukum Dalam Ekonomi*. Penerbit PT Grasindo.
- Hildreth, Ronald. *Patent Law: A Practitioner's Guide.*, Garden City, NY. Publication Date: 11/10/1998 ISBN Number: 0-87224-113-0 3rd Edition.
- Kartika, Elsi. Advendi. (Juni 2007). *Hukum dalam Ekonomi*. Grasindo Cikal Sakti. Edisi kedua.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management, The Millenium Edition*. New Jersey: Printice Hall.
- Lewis, Barbara R., and Sotiris Spyropoulus. (2001). "Service failures and recovery in retail banking : the customer's perspective". *International Journal of Bank Marketing*. Vol 19/2001 p.34-37.

- Lovelock, Christopher H. (1984). *Services Marketing : Text, Cases, and Reading*. New Jersey : Prentice Hall.
- Mudie, Peter and Angela Cottam. (1993). *The Management and Marketing of Services*. Butterworth-Heinemann Ltd, Oxford.
- Stanton, William J. (1991). *Fundamentals of Marketing*, 9th ed. McGraw Hill.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Walker, Jr et.al. (1992). *Marketing Strategy. Planning and Implementation*. International Student Edition. USA : D.Irwin Inc.
- Zeithaml, Valarie A., A. Parasuraman, and Leonard L. Barry. (April 1988). "Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality". *Journal of Marketing*, American Marketing Association.
- Davidow, William H., Bro Uttal. (1992). *Total Customer Service*. New York : Harper and Row Publishers.
- Macaulay, Steve, Sarah Cook. (1997). *How to Improve Your Customer Service. Kiat Meningkatkan Pelayanan bagi Pelanggan*. Terjemahan Yoshua Sambodo. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Goetsh dan Davis. (1994). *Pelayanan organisasi dan manajemen*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Kontur, Ronny. (2003). *Metodologi Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PPM.
- Hasan, Iqbal. (2002). *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hasan, Iqbal. (2004). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Penerbit Bumi Aksara.

LAMPIRAN







MAGISTER KAJIAN PERENCANAAN STRATEJIK DAN KEBIJAKAN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS INDONESIA

Yth.
Bapak/Ibu Responden
di Tangerang

Dalam rangka menyelesaikan program studi Pascasarjana, Magister Kajian Perencanaan Stratejik dan Kebijakan pada Universitas Indonesia, kami yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : EVERY NANDA
NPM : 0706308843
Judul Tesis : Analisis Kualitas Layanan Pemeriksa Paten pada Direktorat Paten Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia RI.

sangat mengharapkan dukungan Bapak/Ibu untuk bersedia sebagai responden dalam kegiatan penelitian ini. Penelitian ini untuk memenuhi sebagian syarat menyelesaikan program studi Pascasarjana, Magister Kajian Perencanaan Stratejik dan Kebijakan pada Universitas Indonesia pada bulan Desember 2009.

Dalam pengisian kuesioner, diminta membaca lebih dulu petunjuk pengisian yang tertera pada kuesioner tersebut, sehingga memudahkan Bapak/Ibu menjawab setiap pertanyaan. Untuk menjaga kerahasiaan informasi yang Bapak/Ibu berikan, tidak perlu menulis nama Bapak/Ibu.

Apapun jawaban Bapak/Ibu akan sangat bermanfaat bagi kami sebagai peneliti untuk mengetahui kebutuhan layanan dari Bapak/Ibu dalam rangka memperbaiki kualitas layanan pemeriksaan paten yang kami berikan.

Kami menjunjung tinggi komitmen dan memegang teguh kerahasiaan yang telah Bapak/Ibu berikan. Atas segala perhatian dan kerjasamanya yang baik kami haturkan terima kasih.

Tangerang, November 2009

Peneliti

No. Responden : Kosongkan

EVERY NANDA

PEDOMAN PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini mengandung sejumlah pernyataan mengenai persepsi pelanggan, harapan pelanggan dan tingkat kepentingan pelanggan. Berikanlah tanda silang (X) pada kolom jawaban yang saudara rasakan paling sesuai.

Petunjuk Memberikan Jawaban

Pilih salah satu jawaban dibawah ini untuk setiap pernyataan (berikan tanda "X")

A. Untuk Persepsi Pelanggan.

1. *Sangat Tidak Puas*, artinya anda sangat tidak puas dengan layanan saat ini.
2. *Tidak Puas*, artinya anda tidak puas dengan layanan saat ini.
3. *Cukup Puas*, artinya anda cukup puas dengan layanan saat ini.
4. *Puas*, artinya anda puas dengan layanan saat ini.
5. *Sangat Puas*, artinya anda sangat puas dengan layanan saat ini.

B. Untuk Harapan Pelanggan.

1. *Sangat Tidak Puas*, artinya anda sangat tidak puas dengan pernyataan ini.
2. *Tidak Puas*, artinya anda tidak puas dengan dengan pernyataan ini.
3. *Cukup Puas*, artinya anda cukup puas dengan pernyataan ini.
4. *Puas*, artinya anda puas dengan dengan pernyataan ini.
5. *Sangat Puas*, artinya anda sangat puas dengan pernyataan ini.

C. Untuk Tingkat Kepentingan.

1. *Sangat Tidak Penting*, artinya pernyataan ini sangat tidak penting menurut anda.
2. *Tidak Penting*, artinya pernyataan ini tidak penting menurut anda.
3. *Cukup Penting*, artinya pernyataan ini cukup penting menurut anda.
4. *Penting*, artinya pernyataan ini penting menurut anda.
5. *Sangat Penting*, artinya pernyataan ini sangat penting menurut anda.

KUESIONER KUALITAS LAYANAN (SERVQUAL)

No	Pernyataan Bagaimana	Jawaban Persepsi Pelanggan					Jawaban Harapan Pelanggan					Jawaban Tingkat Kepentingan				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Reliability (Keandalan)															
	1 Ketepatan waktu pemeriksaan paten.															
	2 Kecepatan pemberian layanan.															
	3 Kemudahan mendapatkan informasi.															
	4 Prosedur pemeriksaan yang tidak berbelit-belit.															
	5 Kesiapan untuk menolong.															
2	Assurance (Jaminan)															
	6 Keramahan Pemeriksa.															
	7 Keterampilan Pemeriksa.															
	8 Pengetahuan Pemeriksa.															
	9 Kesopanan Pemeriksa.															
	10 Kesabaran Pemeriksa.															
3	Tangibles (Bukti Fisik)															
	11 Kenyamanan ruang konsultasi.															
	12 kebersihan ruang konsultasi.															
	13 Kerapihan Pemeriksa.															
	14 Kelengkapan peralatan komputer.															
	15 Fasilitas Internet.															
4	Responsiveness (Daya tanggap)															
	16 Kesigapan Pemeriksa dalam merespon keluhan pemohon.															
	17 Kesigapan Pemeriksa dalam memberikan informasi yang jelas.															
	18 Kemampuan Pemeriksa dalam membantu pemecahan masalah pemohon.															
	19 Kemampuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.															
	20 Pengetahuan Pemeriksa dalam melayani pemohon.															
5	Empathy (Kepedulian)															
	21 Perhatian Pemeriksa kepada pemohon.															
	22 Kemampuan Pemeriksa berkomunikasi dengan pemohon.															
	23 Kemudahan pemohon dalam menyampaikan keluhan.															
	24 Memahami kebutuhan pemohon.															
	25 Tanggung jawab Pemeriksa terhadap dokumen.															

DATA RESPONDEN

Untuk data Responden pilih dengan memberi tanda (X) pada jawaban yang sesuai dengan keadaan saudara saat ini.

1. Identitas Diri Pelanggan

- (0) Perorangan.
- (1) Perusahaan.
- (2) Konsultan HKI.

2. Banyaknya Permohonan yang sudah diurus

- (0) 1 – 10 Permohonan.
- (1) 11 – 20 Permohonan
- (2) Diatas 20 Permohonan

3. Bagaimana kualitas layanan Pemeriksa Paten pada Direktorat Paten Ditjen HKI saat ini menurut Saudara ?

.....

.....

.....

.....

4. Apa saran saudara untuk meningkatkan kualitas layanan Pemeriksa Paten pada Direktorat Paten Ditjen HKI ?

.....

.....

.....

.....

*Terima kasih atas kesediaan bapak/ibu responden
mengisi dengan lengkap kuesioner ini*

Correlations

Correlations

		Q01	Q02	Q03	Q04
Q01	Pearson Correlation	1	.827**	.699**	.538**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	56	56	56	56
Q02	Pearson Correlation	.827**	1	.703**	.525**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	56	56	56	56
Q03	Pearson Correlation	.699**	.703**	1	.531**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	56	56	56	56
Q04	Pearson Correlation	.538**	.525**	.531**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	56	56	56	56
Q05	Pearson Correlation	.382**	.543**	.498**	.461**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000
	N	56	56	56	56
QRel	Pearson Correlation	.855**	.899**	.844**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	56	56	56	56



Correlations

		Q05	QReI
Q01	Pearson Correlation	.382**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000
	N	56	56
Q02	Pearson Correlation	.543**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	56	56
Q03	Pearson Correlation	.498**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	56	56
Q04	Pearson Correlation	.461**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	56	56
Q05	Pearson Correlation	1	.718**
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	56	56
QReI	Pearson Correlation	.718**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	56	56

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

Correlations

Correlations

		Q06	Q07	Q08	Q09
Q06	Pearson Correlation	1	.428**	.229	.458**
	Sig. (2-tailed)	.	.001	.090	.000
	N	56	56	56	56
Q07	Pearson Correlation	.428**	1	.584**	.470**
	Sig. (2-tailed)	.001	.	.000	.000
	N	56	56	56	56
Q08	Pearson Correlation	.229	.584**	1	.613**
	Sig. (2-tailed)	.090	.000	.	.000
	N	56	56	56	56
Q09	Pearson Correlation	.458**	.470**	.613**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	56	56	56	56
Q10	Pearson Correlation	.338*	.324*	.577**	.642**
	Sig. (2-tailed)	.011	.015	.000	.000
	N	56	56	56	56
QAss	Pearson Correlation	.623**	.730**	.805**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	56	56	56	56

Correlations

		Q10	QAss
Q06	Pearson Correlation	.338*	.623**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000
	N	56	56
Q07	Pearson Correlation	.324*	.730**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000
	N	56	56
Q08	Pearson Correlation	.577**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	56	56
Q09	Pearson Correlation	.642**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	56	56
Q10	Pearson Correlation	1	.775**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	56	56
QAss	Pearson Correlation	.775**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	56	56

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

Correlations

		Q11	Q12	Q13	Q14
Q11	Pearson Correlation	1	.719**	.618**	.241
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.074
	N	56	56	56	56
Q12	Pearson Correlation	.719**	1	.771**	.569**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	56	56	56	56
Q13	Pearson Correlation	.618**	.771**	1	.384**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.003
	N	56	56	56	56
Q14	Pearson Correlation	.241	.569**	.384**	1
	Sig. (2-tailed)	.074	.000	.003	
	N	56	56	56	56
Q15	Pearson Correlation	.416**	.342**	.216	.543**
	Sig. (2-tailed)	.001	.010	.110	.000
	N	56	56	56	56
QTang	Pearson Correlation	.791**	.890**	.786**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	56	56	56	56

Correlations

		Q15	QTang
Q11	Pearson Correlation	.416**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000
	N	56	56
Q12	Pearson Correlation	.342**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000
	N	56	56
Q13	Pearson Correlation	.216	.786**
	Sig. (2-tailed)	.110	.000
	N	56	56
Q14	Pearson Correlation	.543**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	56	56
Q15	Pearson Correlation	1	.650**
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	56	56
QTang	Pearson Correlation	.650**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	56	56

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

Correlations

Correlations

		Q16	Q17	Q18	Q19
Q16	Pearson Correlation	1	.616**	.601**	.343**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.010
	N	56	56	56	56
Q17	Pearson Correlation	.616**	1	.585**	.372**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.005
	N	56	56	56	56
Q18	Pearson Correlation	.601**	.585**	1	.487**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	56	56	56	56
Q19	Pearson Correlation	.343**	.372**	.487**	1
	Sig. (2-tailed)	.010	.005	.000	.
	N	56	56	56	56
Q20	Pearson Correlation	.537**	.382**	.545**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.000
	N	56	56	56	56
QRes	Pearson Correlation	.773**	.740**	.822**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	56	56	56	56

Correlations

		Q20	QRes
Q16	Pearson Correlation	.537**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	56	56
Q17	Pearson Correlation	.382**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000
	N	56	56
Q18	Pearson Correlation	.545**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	56	56
Q19	Pearson Correlation	.673**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	56	56
Q20	Pearson Correlation	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	56	56
QRes	Pearson Correlation	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	56	56

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

Correlations

Correlations

		Q21	Q22	Q23	Q24
Q21	Pearson Correlation	1	.641**	.295*	.543**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.028	.000
	N	56	56	56	56
Q22	Pearson Correlation	.641**	1	.487**	.568**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	56	56	56	56
Q23	Pearson Correlation	.295*	.487**	1	.663**
	Sig. (2-tailed)	.028	.000	.	.000
	N	56	56	56	56
Q24	Pearson Correlation	.543**	.568**	.663**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	56	56	56	56
Q25	Pearson Correlation	.250	.262	.409**	.387**
	Sig. (2-tailed)	.064	.051	.002	.003
	N	56	56	56	56
QEmp	Pearson Correlation	.743**	.812**	.752**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	56	56	56	56

Correlations

		Q25	QEmp
Q21	Pearson Correlation	.250	.743**
	Sig. (2-tailed)	.064	.000
	N	56	56
Q22	Pearson Correlation	.262	.812**
	Sig. (2-tailed)	.051	.000
	N	56	56
Q23	Pearson Correlation	.409**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000
	N	56	56
Q24	Pearson Correlation	.387**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000
	N	56	56
Q25	Pearson Correlation	1	.589**
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	56	56
QEmp	Pearson Correlation	.589**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	56	56

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

***** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	Q01	-.8036	1.0858	56.0
2.	Q02	-1.0179	1.1983	56.0
3.	Q03	-.8571	1.0167	56.0
4.	Q04	-.7321	.9044	56.0
5.	Q05	-.7657	1.1235	56.0

N of Cases = 56.0

Item Means Variance	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min
.0120	-.8393	-1.0179	-.7321	.2857	.7193

Item-Total Statistics

Alpha Item Deleted	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	if
Q01 .8242	-3.3929	11.9156	.7583	.7357	
Q02 .8071	-3.1786	10.8766	.8181	.7537	
Q03 .8274	-3.3393	12.3737	.7509	.5777	
Q04 .8607	-3.4643	13.8532	.6102	.3825	
Q05 .8769	-3.4107	13.0464	.5508	.3914	

Reliability Coefficients 5 items

Alpha = .8687 Standardized item alpha = .8693

Reliability

***** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	Q06	-.4286	.8915	56.0
2.	Q07	-.6607	.9587	56.0
3.	Q08	-.7143	1.0568	56.0
4.	Q09	-.7321	1.0870	56.0
5.	Q10	-.8036	1.0689	56.0

N of Cases = 56.0

Item Means Variance	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min
.0205	-.6679	-.8036	-.4286	.3750	.5333

item-total Statistics

Alpha Item Deleted	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	if
Q06 .8230	-2.9107	11.3919	.4480	.3162	
Q07 .7905	-2.6786	10.4039	.5756	.4465	
Q08 .7629	-2.6250	9.4386	.6664	.5692	
Q09 .7403	-2.6071	8.9338	.7337	.5627	
Q10 .7781	-2.5357	9.6351	.6186	.4831	

Reliability Coefficients 5 items

Alpha = .8170 Standardized item alpha = .8138

Reliability

***** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	Q11	-.9107	1.1643	56.0
2.	Q12	-.7321	1.0356	56.0
3.	Q13	-.6786	1.0972	56.0
4.	Q14	-.3393	1.0834	56.0
5.	Q15	-.4643	1.0263	56.0

N of Cases = 56.0

Item Means Variance	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min
.0509	-.6250	-.9107	-.3393	.5714	.3725

Item-total Statistics

Alpha Item Deleted	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	if
Q11 .7806 .7296	-2.2143	10.8623	.6400	.6601	
Q12 .7790	-2.3929	10.5701	.8149	.7872	
Q13 .8107	-2.4464	11.1971	.6440	.6086	
Q14 .8274	-2.7857	11.9532	.5343	.5835	
Q15	-2.6607	12.6646	.4671	.4513	

Reliability Coefficients 5 items

Alpha = .8225 Standardized item alpha = .8229

Reliability

***** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	Q16	-.5357	.9717	56.0
2.	Q17	-.4286	1.0065	56.0
3.	Q18	-.7143	1.1072	56.0
4.	Q19	-.6250	1.2145	56.0
5.	Q20	-.6071	1.1067	56.0

N of Cases = 56.0

Item Means Variance	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min
.0114	-.5821	-.7143	-.4286	.2857	.6000

Item-total Statistics

Alpha Item Deleted	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	if
Q16 .8047	-2.3750	12.4568	.6508	.5321	
Q17 .8173	-2.4821	12.5815	.5981	.4652	
Q18 .7885	-2.1964	11.3971	.7011	.5093	
Q19 .8246	-2.2857	11.5532	.5858	.4942	
Q20 .7927	-2.3036	11.4880	.6868	.5736	

Reliability Coefficients 5 items

Alpha = .8384 Standardized item alpha = .6410

Reliability

***** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	Q21	-.8393	1.1406	56.0
2.	Q22	-.8750	1.2658	56.0
3.	Q23	-.8393	1.0579	56.0
4.	Q24	-.9464	1.1024	56.0
5.	Q25	-.7143	.9856	56.0

N of Cases = 56.0

Item Means Variance	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min
	-.8429	-.9464	-.7143	.2321	.7547

Item-total Statistics

Alpha Item Deleted	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation
Q21 .7737	-3.3750	11.6932	.5751	.4868
Q22 .7474	-3.3393	10.4828	.6583	.5157
Q23 .7653	-3.3750	11.9477	.6035	.5098
Q24 .7240	-3.2679	10.9269	.7325	.5836
Q25 .8198	-3.5000	13.6000	.4002	.1963

Reliability Coefficients 5 items

Alpha = .8060 Standardized item alpha = .8038

Frequency Table

Identitas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Perorangan	12	21.4	21.4	21.4
Perusahaan	10	17.9	17.9	39.3
Konsultan	34	60.7	60.7	100.0
Total	56	100.0	100.0	

Jumlah Permohonan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 - 10	21	37.5	37.5	37.5
	10-20	9	16.1	16.1	53.6
	diatas 20	26	46.4	46.4	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P01)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	9	16.1	16.1	16.1
	tidak puas	16	28.6	28.6	44.6
	cukup puas	18	32.1	32.1	76.8
	puas	12	21.4	21.4	98.2
	sangat puas	1	1.8	1.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P02)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	6	10.7	10.7	10.7
	tidak puas	17	30.4	30.4	41.1
	cukup puas	23	41.1	41.1	82.1
	puas	10	17.9	17.9	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P03)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	4	7.1	7.1	7.1
	tidak puas	20	35.7	35.7	42.9
	cukup puas	21	37.5	37.5	80.4
	puas	10	17.9	17.9	98.2
	sangat puas	1	1.8	1.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P04)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	2	3.6	3.6	3.6
	tidak puas	15	26.8	26.8	30.4
	cukup puas	32	57.1	57.1	87.5
	puas	5	8.9	8.9	96.4
	sangat puas	2	3.6	3.6	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P05)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	4	7.1	7.1	7.1
	tidak puas	20	35.7	35.7	42.9
	cukup puas	15	26.8	26.8	69.6
	puas	13	23.2	23.2	92.9
	sangat puas	4	7.1	7.1	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P06)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	1	1.8	1.8	1.8
	tidak puas	5	8.9	8.9	10.7
	cukup puas	32	57.1	57.1	67.9
	puas	17	30.4	30.4	98.2
	sangat puas	1	1.8	1.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P07)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	3	5.4	5.4	5.4
	tidak puas	10	17.9	17.9	23.2
	cukup puas	26	46.4	46.4	69.6
	puas	16	28.6	28.6	98.2
	sangat puas	1	1.8	1.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P08)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	1	1.8	1.8	1.8
	tidak puas	14	25.0	25.0	26.8
	cukup puas	23	41.1	41.1	67.9
	puas	17	30.4	30.4	98.2
	sangat puas	1	1.8	1.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P09)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	20	35.7	35.7	35.7
	cukup puas	23	41.1	41.1	76.8
	puas	8	14.3	14.3	91.1
	sangat puas	5	8.9	8.9	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P10)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	2	3.6	3.6	3.6
	tidak puas	15	26.8	26.8	30.4
	cukup puas	27	48.2	48.2	78.6
	puas	7	12.5	12.5	91.1
	sangat puas	5	8.9	8.9	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P11)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	3	5.4	5.4	5.4
	tidak puas	15	26.8	26.8	32.1
	cukup puas	33	58.9	58.9	91.1
	puas	4	7.1	7.1	98.2
	sangat puas	1	1.8	1.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P12)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	1	1.8	1.8	1.8
	tidak puas	14	25.0	25.0	26.8
	cukup puas	33	58.9	58.9	85.7
	puas	8	14.3	14.3	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P13)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	2	3.6	3.6	3.6
	tidak puas	17	30.4	30.4	33.9
	cukup puas	27	48.2	48.2	82.1
	puas	10	17.9	17.9	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P14)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	3	5.4	5.4	5.4
	tidak puas	7	12.5	12.5	17.9
	cukup puas	27	48.2	48.2	66.1
	puas	17	30.4	30.4	96.4
	sangat puas	2	3.6	3.6	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P15)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	3	5.4	5.4	5.4
	tidak puas	7	12.5	12.5	17.9
	cukup puas	30	53.6	53.6	71.4
	puas	14	25.0	25.0	96.4
	sangat puas	2	3.6	3.6	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P16)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	2	3.6	3.6	3.6
	tidak puas	6	10.7	10.7	14.3
	cukup puas	31	55.4	55.4	69.6
	puas	17	30.4	30.4	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P17)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	9	16.1	16.1	16.1
	cukup puas	32	57.1	57.1	73.2
	puas	15	26.8	26.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P18)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	2	3.6	3.6	3.6
	tidak puas	7	12.5	12.5	16.1
	cukup puas	35	62.5	62.5	78.6
	puas	10	17.9	17.9	96.4
	sangat puas	2	3.6	3.6	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P19)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	2	3.6	3.6	3.6
	tidak puas	10	17.9	17.9	21.4
	cukup puas	31	55.4	55.4	76.8
	puas	8	14.3	14.3	91.1
	sangat puas	5	8.9	8.9	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P20)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	1	1.8	1.8	1.8
	tidak puas	7	12.5	12.5	14.3
	cukup puas	32	57.1	57.1	71.4
	puas	11	19.6	19.6	91.1
	sangat puas	5	8.9	8.9	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P21)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	3	5.4	5.4	5.4
	tidak puas	17	30.4	30.4	35.7
	cukup puas	26	46.4	46.4	82.1
	puas	5	8.9	8.9	91.1
	sangat puas	5	8.9	8.9	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P22)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	3	5.4	5.4	5.4
	tidak puas	15	26.8	26.8	32.1
	cukup puas	26	46.4	46.4	78.6
	puas	11	19.6	19.6	98.2
	sangat puas	1	1.8	1.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P23)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	1	1.8	1.8	1.8
	tidak puas	14	25.0	25.0	26.8
	cukup puas	33	58.9	58.9	85.7
	puas	7	12.5	12.5	98.2
	sangat puas	1	1.8	1.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P24)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	3	5.4	5.4	5.4
	tidak puas	16	28.6	28.6	33.9
	cukup puas	25	44.6	44.6	78.6
	puas	10	17.9	17.9	96.4
	sangat puas	2	3.6	3.6	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Persepsi Pelanggan (P25)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	2	3.6	3.6	3.6
	tidak puas	7	12.5	12.5	16.1
	cukup puas	29	51.8	51.8	67.9
	puas	17	30.4	30.4	98.2
	sangat puas	1	1.8	1.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (IE01)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	1	1.8	1.8	1.8
	tidak puas	6	10.7	10.7	12.5
	cukup puas	23	41.1	41.1	53.6
	puas	19	33.9	33.9	87.5
	sangat puas	7	12.5	12.5	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E02)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	4	7.1	7.1	7.1
	cukup puas	20	35.7	35.7	42.9
	puas	22	39.3	39.3	82.1
	sangat puas	10	17.9	17.9	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E03)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	3	5.4	5.4	5.4
	cukup puas	29	51.8	51.8	57.1
	puas	13	23.2	23.2	80.4
	sangat puas	11	19.6	19.6	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E04)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	3	5.4	5.4	5.4
	cukup puas	26	46.4	46.4	51.8
	puas	20	35.7	35.7	87.5
	sangat puas	7	12.5	12.5	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E05)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	1	1.8	1.8	1.8
	tidak puas	3	5.4	5.4	7.1
	cukup puas	19	33.9	33.9	41.1
	puas	24	42.9	42.9	83.9
	sangat puas	9	16.1	16.1	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E06)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	1	1.8	1.8	1.8
	cukup puas	24	42.9	42.9	44.6
	puas	25	44.6	44.6	89.3
	sangat puas	6	10.7	10.7	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E07)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	2	3.6	3.6	3.6
	cukup puas	28	50.0	50.0	53.6
	puas	11	19.6	19.6	73.2
	sangat puas	15	26.8	26.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E08)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	4	7.1	7.1	7.1
	cukup puas	19	33.9	33.9	41.1
	puas	19	33.9	33.9	75.0
	sangat puas	14	25.0	25.0	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E09)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	1	1.8	1.8	1.8
	cukup puas	25	44.6	44.6	46.4
	puas	20	35.7	35.7	82.1
	sangat puas	10	17.9	17.9	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E10)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	3	5.4	5.4	5.4
	cukup puas	19	33.9	33.9	39.3
	puas	22	39.3	39.3	78.6
	sangat puas	12	21.4	21.4	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E11)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	5	8.9	8.9	8.9
	cukup puas	23	41.1	41.1	50.0
	puas	15	26.8	26.8	76.8
	sangat puas	13	23.2	23.2	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E12)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	4	7.1	7.1	7.1
	cukup puas	25	44.6	44.6	51.8
	puas	17	30.4	30.4	82.1
	sangat puas	10	17.9	17.9	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E13)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	2	3.6	3.6	3.6
	tidak puas	3	5.4	5.4	8.9
	cukup puas	26	46.4	46.4	55.4
	puas	16	28.6	28.0	83.9
	sangat puas	9	16.1	16.1	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E14)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	2	3.6	3.6	3.6
	tidak puas	6	10.7	10.7	14.3
	cukup puas	22	39.3	39.3	53.6
	puas	15	26.8	26.8	80.4
	sangat puas	11	19.6	19.6	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E15)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	2	3.6	3.6	3.6
	tidak puas	5	8.9	8.9	12.5
	cukup puas	17	30.4	30.4	42.9
	puas	24	42.9	42.9	85.7
	sangat puas	8	14.3	14.3	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E16)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	4	7.1	7.1	7.1
	cukup puas	18	32.1	32.1	39.3
	puas	27	48.2	48.2	87.5
	sangat puas	7	12.5	12.5	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E17)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	1	1.8	1.8	1.8
	tidak puas	4	7.1	7.1	8.9
	cukup puas	23	41.1	41.1	50.0
	puas	20	35.7	35.7	85.7
	sangat puas	8	14.3	14.3	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E18)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	3	5.4	5.4	5.4
	cukup puas	20	35.7	35.7	41.1
	puas	20	35.7	35.7	76.8
	sangat puas	13	23.2	23.2	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E19)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	1	1.8	1.8	1.8
	tidak puas	3	5.4	5.4	7.1
	cukup puas	22	39.3	39.3	46.4
	puas	16	28.6	28.6	75.0
	sangat puas	14	25.0	25.0	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E20)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	3	5.4	5.4	5.4
	cukup puas	18	32.1	32.1	37.5
	puas	21	37.5	37.5	75.0
	sangat puas	14	25.0	25.0	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E21)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	4	7.1	7.1	7.1
	cukup puas	22	39.3	39.3	46.4
	puas	17	30.4	30.4	76.8
	sangat puas	13	23.2	23.2	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E22)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	4	7.1	7.1	7.1
	cukup puas	18	32.1	32.1	39.3
	puas	23	41.1	41.1	80.4
	sangat puas	11	19.6	19.6	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E23)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	2	3.6	3.6	3.6
	cukup puas	25	44.6	44.6	48.2
	puas	16	28.6	28.6	76.8
	sangat puas	13	23.2	23.2	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E24)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	4	7.1	7.1	7.1
	cukup puas	14	25.0	25.0	32.1
	puas	27	48.2	48.2	80.4
	sangat puas	11	19.6	19.6	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Harapan Pelanggan (E25)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak puas	1	1.8	1.8	1.8
	tidak puas	2	3.6	3.6	5.4
	cukup puas	16	28.6	28.6	33.9
	puas	22	39.3	39.3	73.2
	sangat puas	15	26.8	26.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K01)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	6	10.7	10.7	10.7
	tidak penting	4	7.1	7.1	17.9
	cukup penting	22	39.3	39.3	57.1
	penting	14	25.0	25.0	82.1
	sangat penting	10	17.9	17.9	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K02)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak penting	2	3.6	3.6	3.6
	cukup penting	25	44.6	44.6	48.2
	penting	22	39.3	39.3	87.5
	sangat penting	7	12.5	12.5	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K03)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	3	5.4	5.4	5.4
	tidak penting	2	3.6	3.6	8.9
	cukup penting	23	41.1	41.1	50.0
	penting	17	30.4	30.4	80.4
	sangat penting	11	19.6	19.6	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K04)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	3	5.4	5.4	5.4
	tidak penting	4	7.1	7.1	12.5
	cukup penting	23	41.1	41.1	53.6
	penting	22	39.3	39.3	92.9
	sangat penting	4	7.1	7.1	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K05)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	4	7.1	7.1	7.1
	tidak penting	1	1.8	1.8	8.9
	cukup penting	19	33.9	33.9	42.9
	penting	16	28.6	28.6	71.4
	sangat penting	16	28.6	28.6	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K06)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	2	3.6	3.6	3.6
	tidak penting	2	3.6	3.8	7.1
	cukup penting	34	60.7	60.7	67.9
	penting	12	21.4	21.4	89.3
	sangat penting	5	10.7	10.7	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K07)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	3	5.4	5.4	5.4
	tidak penting	3	5.4	5.4	10.7
	cukup penting	18	32.1	32.1	42.9
	penting	10	17.9	17.9	60.7
	sangat penting	22	39.3	39.3	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K08)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	3	5.4	5.4	5.4
	tidak penting	3	5.4	5.4	10.7
	cukup penting	22	39.3	39.3	50.0
	penting	14	25.0	25.0	75.0
	sangat penting	14	25.0	25.0	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K09)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	3	5.4	5.4	5.4
	tidak penting	2	3.6	3.6	8.9
	cukup penting	16	28.6	28.6	37.5
	penting	13	23.2	23.2	60.7
	sangat penting	22	39.3	39.3	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K10)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	4	7.1	7.1	7.1
	tidak penting	2	3.6	3.6	10.7
	cukup penting	17	30.4	30.4	41.1
	penting	16	28.6	28.6	69.6
	sangat penting	17	30.4	30.4	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K11)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	3	5.4	5.4	5.4
	tidak penting	3	5.4	5.4	10.7
	cukup penting	20	35.7	35.7	46.4
	penting	15	26.8	26.8	73.2
	sangat penting	15	26.8	26.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K12)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	3	5.4	5.4	5.4
	tidak penting	2	3.6	3.6	8.9
	cukup penting	23	41.1	41.1	50.0
	penting	18	32.1	32.1	82.1
	sangat penting	10	17.9	17.9	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K13)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	3	5.4	5.4	5.4
	tidak penting	2	3.6	3.6	8.9
	cukup penting	20	35.7	35.7	44.6
	penting	18	32.1	32.1	76.8
	sangat penting	13	23.2	23.2	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K14)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	4	7.1	7.1	7.1
	tidak penting	4	7.1	7.1	14.3
	cukup penting	22	39.3	39.3	53.6
	penting	11	19.6	19.6	73.2
	sangat penting	16	28.6	28.6	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K15)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	4	7.1	7.1	7.1
	tidak penting	2	3.6	3.6	10.7
	cukup penting	23	41.1	41.1	51.8
	penting	11	19.6	19.6	71.4
	sangat penting	16	28.6	28.6	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K16)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	3	5.4	5.4	5.4
	tidak penting	5	8.9	8.9	14.3
	cukup penting	21	37.5	37.5	51.8
	penting	13	23.2	23.2	75.0
	sangat penting	14	25.0	25.0	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K17)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	3	5.4	5.4	5.4
	tidak penting	1	1.8	1.8	7.1
	cukup penting	24	42.9	42.9	50.0
	penting	16	28.6	28.6	78.6
	sangat penting	12	21.4	21.4	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K18)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak penting	2	3.6	3.6	3.6
	cukup penting	26	46.4	46.4	50.0
	penting	18	32.1	32.1	82.1
	sangat penting	10	17.9	17.9	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K19)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	4	7.1	7.1	7.1
	tidak penting	2	3.6	3.6	10.7
	cukup penting	17	30.4	30.4	41.1
	penting	21	37.5	37.5	78.6
	sangat penting	12	21.4	21.4	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K20)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	4	7.1	7.1	7.1
	tidak penting	1	1.8	1.8	8.9
	cukup penting	22	39.3	39.3	48.2
	penting	18	32.1	32.1	80.4
	sangat penting	11	19.6	19.6	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K21)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	2	3.6	3.6	3.6
	tidak penting	1	1.8	1.8	5.4
	cukup penting	23	41.1	41.1	46.4
	penting	13	23.2	23.2	69.6
	sangat penting	17	30.4	30.4	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K22)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	1	1.8	1.8	1.8
	tidak penting	1	1.8	1.8	3.6
	cukup penting	14	25.0	25.0	28.6
	penting	27	48.2	48.2	76.8
	sangat penting	13	23.2	23.2	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K23)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	2	3.6	3.6	3.6
	tidak penting	2	3.6	3.6	7.1
	cukup penting	16	28.6	28.6	35.7
	penting	21	37.5	37.5	73.2
	sangat penting	15	26.8	26.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K24)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak penting	2	3.6	3.6	3.6
	tidak penting	1	1.8	1.8	5.4
	cukup penting	16	28.6	28.6	33.9
	penting	23	41.1	41.1	75.0
	sangat penting	14	25.0	25.0	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Tingkat Kepentingan (K25)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak penting	2	3.6	3.6	3.6
	cukup penting	16	28.6	28.6	32.1
	penting	21	37.5	37.5	69.6
	sangat penting	17	30.4	30.4	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q01

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-3	3	5.4	5.4	5.4
	-2	15	26.8	26.8	32.1
	-1	10	17.9	17.9	50.0
	0	24	42.9	42.9	92.9
	1	4	7.1	7.1	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q02

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-4	1	1.8	1.8	1.8
	-3	6	10.7	10.7	12.5
	-2	13	23.2	23.2	35.7
	-1	12	21.4	21.4	57.1
	0	21	37.5	37.5	94.6
	1	3	5.4	5.4	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q03

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-3	3	5.4	5.4	5.4
	-2	13	23.2	23.2	28.6
	-1	16	28.6	28.6	57.1
	0	21	37.5	37.5	94.6
	1	3	5.4	5.4	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q04

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-3	3	5.4	5.4	5.4
	-2	7	12.5	12.5	17.9
	-1	19	33.9	33.9	51.8
	0	26	46.4	46.4	98.2
	1	1	1.8	1.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q05

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-3	6	10.7	10.7	10.7
	-2	8	14.3	14.3	25.0
	-1	14	25.0	25.0	50.0
	0	24	42.9	42.9	92.9
	1	4	7.1	7.1	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q06

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-3	2	3.6	3.6	3.6
	-2	3	5.4	5.4	8.9
	-1	18	32.1	32.1	41.1
	0	27	48.2	48.2	89.3
	1	6	10.7	10.7	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q07

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-3	2	3.6	3.6	3.6
	-2	11	19.6	19.6	23.2
	-1	11	19.6	19.6	42.9
	0	30	53.6	53.6	96.4
	1	2	3.6	3.6	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q08

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-3	5	8.9	8.9	8.9
	-2	6	10.7	10.7	19.6
	-1	17	30.4	30.4	50.0
	0	24	42.9	42.9	92.9
	1	4	7.1	7.1	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q09

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-3	4	7.1	7.1	7.1
	-2	9	16.1	16.1	23.2
	-1	17	30.4	30.4	53.6
	0	20	35.7	35.7	89.3
	1	6	10.7	10.7	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-3	5	8.9	8.9	8.9
	-2	7	12.5	12.5	21.4
	-1	21	37.5	37.5	58.9
	0	18	32.1	32.1	91.1
	1	5	8.9	8.9	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-4	2	3.6	3.6	3.6
	-3	4	7.1	7.1	10.7
	-2	8	14.3	14.3	25.0
	-1	18	32.1	32.1	57.1
	0	21	37.5	37.5	94.6
	1	3	5.4	5.4	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-4	1	1.8	1.8	1.8
	-3	2	3.6	3.6	5.4
	-2	8	14.3	14.3	19.6
	-1	19	33.9	33.9	53.6
	0	22	39.3	39.3	92.9
	1	4	7.1	7.1	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-4	1	1.8	1.8	1.8
	-3	2	3.6	3.6	5.4
	-2	9	16.1	16.1	21.4
	-1	16	28.6	28.6	50.0
	0	22	39.3	39.3	89.3
	1	6	10.7	10.7	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-3	2	3.6	3.6	3.6
	-2	4	7.1	7.1	10.7
	-1	19	33.9	33.9	44.6
	0	19	33.9	33.9	78.6
	1	10	17.9	17.9	96.4
	2	2	3.6	3.6	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-4	1	1.8	1.8	1.8
	-3	1	1.8	1.8	3.6
	-2	4	7.1	7.1	10.7
	-1	19	33.9	33.9	44.6
	0	24	42.9	42.9	87.5
	1	6	10.7	10.7	98.2
	2	1	1.8	1.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-3	1	1.8	1.8	1.8
	-2	8	14.3	14.3	16.1
	-1	18	32.1	32.1	48.2
	0	23	41.1	41.1	89.3
	1	5	8.9	8.9	98.2
	2	1	1.8	1.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-3	1	1.8	1.8	1.8
	-2	8	14.3	14.3	16.1
	-1	14	25.0	25.0	41.1
	0	25	44.6	44.6	85.7
	1	7	12.5	12.5	98.2
	2	1	1.8	1.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-3	1	1.8	1.8	1.8
	-2	15	26.8	26.8	28.6
	-1	14	25.0	25.0	53.6
	0	21	37.5	37.5	91.1
	1	4	7.1	7.1	98.2
	3	1	1.8	1.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-3	3	5.4	5.4	5.4
	-2	12	21.4	21.4	26.8
	-1	11	19.6	19.6	46.4
	0	24	42.9	42.9	89.3
	1	4	7.1	7.1	96.4
	2	1	1.8	1.8	98.2
	3	1	1.8	1.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q20

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-3	2	3.6	3.6	3.6
	-2	12	21.4	21.4	25.0
	-1	10	17.9	17.9	42.9
	0	28	50.0	50.0	92.9
	1	3	5.4	5.4	98.2
	3	1	1.8	1.8	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q21

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-3	7	12.5	12.5	12.5
	-2	8	14.3	14.3	26.8
	-1	13	23.2	23.2	50.0
	0	25	44.6	44.6	94.6
	1	3	5.4	5.4	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q22

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-4	2	3.6	3.6	3.6
	-3	6	10.7	10.7	14.3
	-2	5	8.9	8.9	23.2
	-1	19	33.9	33.9	57.1
	0	18	32.1	32.1	89.3
	1	6	10.7	10.7	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q23

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-3	4	7.1	7.1	7.1
	-2	11	19.6	19.6	26.8
	-1	17	30.4	30.4	57.1
	0	20	35.7	35.7	92.9
	1	4	7.1	7.1	100.0
	Total	56	100.0	100.0	

Q24

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid -3	6	10.7	10.7	10.7
-2	10	17.9	17.9	28.6
-1	18	32.1	32.1	60.7
0	20	35.7	35.7	96.4
1	1	1.8	1.8	98.2
2	1	1.8	1.8	100.0
Total	56	100.0	100.0	

Q25

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid -3	1	1.8	1.8	1.8
-2	11	19.6	19.6	21.4
-1	21	37.5	37.5	58.9
0	18	32.1	32.1	91.1
1	4	7.1	7.1	98.2
2	1	1.8	1.8	100.0
Total	56	100.0	100.0	

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Pelanggan (P01)	56	1	5	2.64	1.052
Persepsi Pelanggan (P02)	56	1	4	2.66	.900
Persepsi Pelanggan (P03)	56	1	5	2.71	.909
Persepsi Pelanggan (P04)	56	1	5	2.82	.789
Persepsi Pelanggan (P05)	56	1	5	2.88	1.080
Persepsi Pelanggan (P06)	56	1	5	3.21	.706
Persepsi Pelanggan (P07)	56	1	5	3.04	.873
Persepsi Pelanggan (P08)	56	1	5	3.05	.840
Persepsi Pelanggan (P09)	56	2	5	2.96	.934
Persepsi Pelanggan (P10)	56	1	5	2.96	.953
Persepsi Pelanggan (P11)	56	1	5	2.73	.751
Persepsi Pelanggan (P12)	56	1	4	2.86	.672
Persepsi Pelanggan (P13)	56	1	4	2.80	.773
Persepsi Pelanggan (P14)	55	1	5	3.14	.883
Persepsi Pelanggan (P15)	56	1	5	3.09	.859
Persepsi Pelanggan (P16)	56	1	4	3.13	.740
Persepsi Pelanggan (P17)	56	2	4	3.11	.652
Persepsi Pelanggan (P18)	56	1	5	3.05	.773
Persepsi Pelanggan (P19)	56	1	5	3.07	.912
Persepsi Pelanggan (P20)	56	1	5	3.21	.847
Persepsi Pelanggan (P21)	56	1	5	2.86	.980
Persepsi Pelanggan (P22)	56	1	5	2.86	.862
Persepsi Pelanggan (P23)	56	1	5	2.88	.715
Persepsi Pelanggan (P24)	56	1	5	2.86	.903
Persepsi Pelanggan (P25)	56	1	5	3.14	.796
Valid N (listwise)	56				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harapan Pelanggan (E01)	56	1	5	3.45	.913
Harapan Pelanggan (E02)	56	2	5	3.68	.855
Harapan Pelanggan (E03)	56	2	5	3.57	.871
Harapan Pelanggan (E04)	56	2	5	3.55	.784
Harapan Pelanggan (E05)	56	1	5	3.66	.880
Harapan Pelanggan (E06)	56	2	5	3.64	.699
Harapan Pelanggan (E07)	56	2	5	3.70	.913
Harapan Pelanggan (E08)	56	2	5	3.77	.914
Harapan Pelanggan (E09)	56	2	5	3.70	.784
Harapan Pelanggan (E10)	56	2	5	3.77	.853
Harapan Pelanggan (E11)	56	2	5	3.64	.943
Harapan Pelanggan (E12)	56	2	5	3.69	.869
Harapan Pelanggan (E13)	56	1	5	3.48	.953
Harapan Pelanggan (E14)	56	1	5	3.48	1.044
Harapan Pelanggan (E15)	56	1	5	3.55	.971
Harapan Pelanggan (E16)	56	2	5	3.66	.793
Harapan Pelanggan (E17)	56	1	5	3.54	.894
Harapan Pelanggan (E18)	56	2	5	3.77	.874
Harapan Pelanggan (E19)	56	1	5	3.70	.971
Harapan Pelanggan (E20)	56	2	5	3.82	.876
Harapan Pelanggan (E21)	56	2	5	3.70	.913
Harapan Pelanggan (E22)	56	2	5	3.73	.863
Harapan Pelanggan (E23)	56	2	5	3.71	.868
Harapan Pelanggan (E24)	56	2	5	3.80	.840
Harapan Pelanggan (E25)	56	1	5	3.86	.923
Valid N (listwise)	56				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Tingkat Kepentingan (K01)	56	1	5	3.32	1.177
Tingkat Kepentingan (K02)	56	2	5	3.61	.755
Tingkat Kepentingan (K03)	56	1	5	3.55	1.025
Tingkat Kepentingan (K04)	56	1	5	3.36	.923
Tingkat Kepentingan (K05)	56	1	5	3.70	1.127
Tingkat Kepentingan (K06)	56	1	5	3.32	.855
Tingkat Kepentingan (K07)	56	1	5	3.80	1.182
Tingkat Kepentingan (K08)	56	1	5	3.59	1.092
Tingkat Kepentingan (K09)	56	1	5	3.87	1.145
Tingkat Kepentingan (K10)	56	1	5	3.71	1.155
Tingkat Kepentingan (K11)	56	1	5	3.64	1.103
Tingkat Kepentingan (K12)	56	1	5	3.54	1.008
Tingkat Kepentingan (K13)	56	1	5	3.64	1.052
Tingkat Kepentingan (K14)	56	1	5	3.52	1.175
Tingkat Kepentingan (K15)	56	1	5	3.59	1.156
Tingkat Kepentingan (K16)	56	1	5	3.54	1.128
Tingkat Kepentingan (K17)	56	1	5	3.59	1.023
Tingkat Kepentingan (K18)	56	2	5	3.64	.819
Tingkat Kepentingan (K19)	56	1	5	3.63	1.068
Tingkat Kepentingan (K20)	56	1	5	3.55	1.060
Tingkat Kepentingan (K21)	56	1	5	3.75	1.031
Tingkat Kepentingan (K22)	56	1	5	3.89	.846
Tingkat Kepentingan (K23)	56	1	5	3.80	.999
Tingkat Kepentingan (K24)	56	1	5	3.82	.956
Tingkat Kepentingan (K25)	56	2	5	3.95	.862
Valid N (listwise)	56				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Q01	56	-3	1	-.80	1.066
Q02	56	-4	1	-1.02	1.198
Q03	56	-3	1	-.86	1.017
Q04	56	-3	1	-.73	.904
Q05	56	-3	1	-.79	1.124
Q06	56	-3	1	-.43	.892
Q07	56	-3	1	-.66	.959
Q08	56	-3	1	-.71	1.057
Q09	56	-3	1	-.73	1.067
Q10	56	-3	1	-.80	1.069
Q11	56	-4	1	-.91	1.164
Q12	56	-4	1	-.73	1.036
Q13	56	-4	1	-.68	1.097
Q14	56	-3	2	-.34	1.083
Q15	56	-4	2	-.46	1.026
Q16	56	-3	2	-.54	.972
Q17	56	-3	2	-.43	1.006
Q18	56	-3	3	-.71	1.107
Q19	56	-3	3	-.63	1.214
Q20	56	-3	3	-.61	1.107
Q21	56	-3	1	-.84	1.141
Q22	56	-4	1	-.88	1.266
Q23	56	-3	1	-.84	1.058
Q24	56	-3	2	-.95	1.102
Q25	56	-3	2	-.71	.986
Valid N (listwise)	56				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PRel	56	5.00	23.00	13.7143	3.92528
PAss	56	9.00	23.00	15.2321	3.40583
PTang	56	7.00	21.00	14.6250	3.03652
PRes	56	6.00	23.00	15.5714	3.11511
PEmp	56	7.00	23.00	14.5893	3.22364
Valid N (listwise)	56				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ERel	56	10.00	25.00	17.9107	3.37519
EAss	56	10.00	25.00	18.5714	3.28001
ETang	56	8.00	25.00	17.7500	3.89988
ERes	56	8.00	25.00	18.4821	3.72701
EEmp	56	10.00	25.00	18.8036	3.45105
Valid N (listwise)	56				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KRef	56	7.00	25.00	17.5357	4.30207
KAss	56	7.00	25.00	18.3036	4.45143
KTang	56	5.00	25.00	17.9286	4.95748
KRes	56	7.00	25.00	17.9464	4.53439
KEmp	56	8.00	25.00	19.2143	3.42034
Valid N (listwise)	56				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
P1/E1	56	.25	1.50	.7929	.30474
P2/E2	56	.20	1.50	.7616	.29760
P3/E3	56	.33	1.33	.7823	.26174
P4/E4	56	.25	1.50	.8177	.22996
P5/E5	56	.25	1.50	.8111	.28317
P6/E6	56	.25	1.33	.9055	.22275
P7/E7	56	.33	1.33	.8443	.23836
P8/E8	56	.33	1.50	.8441	.25439
P9/E9	56	.40	1.33	.8243	.25487
P10/E10	56	.33	1.50	.8100	.26140
P11/E11	56	.20	1.50	.7952	.26429
P12/E12	56	.20	1.50	.8389	.25808
P13/E13	56	.20	2.00	.8618	.30587
P14/E14	56	.40	2.00	.9548	.31456
P15/E15	56	.20	1.67	.9116	.26435
P16/E16	56	.25	2.00	.8884	.27911
P17/E17	56	.40	2.00	.9353	.31210
P18/E18	56	.25	2.50	.8568	.33551
P19/E19	56	.25	3.00	.9025	.44295
P20/E20	56	.25	2.50	.8816	.31383
P21/E21	56	.25	1.50	.8038	.27271
P22/E22	56	.20	1.50	.8132	.30219
P23/E23	56	.33	1.33	.8098	.24839
P24/E24	56	.25	1.67	.7786	.26917
P25/E25	56	.33	1.67	.8486	.24958
Valid N (listwise)	56				