



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN
DIREKTORAT TEKNOLOGI INFORMASI
DIREKTORAT JENDERAL HAK KEKAYAAN
INTELEKTUAL
DENGAN PENDEKATAN *SERVICE QUALITY***

TESIS

**DIBYO PURUSO
NPM 0806448434**

**PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI KAJIAN KETAHANAN NASIONAL**

**JAKARTA
2011**



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN
DIREKTORAT TEKNOLOGI INFORMASI
DIREKTORAT JENDERAL HAK KEKAYAAN
INTELEKTUAL
DENGAN PENDEKATAN *SERVICE QUALITY***

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains

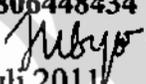
**DIBYO PURUSO
NPM 0806448434**

**PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI KAJIAN KETAHANAN NASIONAL**

**JAKARTA
2011**

HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS

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

Nama : DIBYO PURUSO
NPM : 0806448434
Tanda Tangan : 
Tanggal : Juli 2011

**UNIVERSITAS INDONESIA
PROGRAM PASCA SARJANA
KAJIAN KETAHANAN NASIONAL
KEKHUSUSAN PERENCANAAN, STRATEGIK DAN KEBIJAKAN**

TANDA PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS

Nama : DIBYO PURUSO
NPM : 0806448434
Judul

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DIREKTORAT TEKNOLOGI
INFORMASI DIREKTORAT JENDERAL HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL
DENGAN PENDEKATAN *SERVICE QUALITY***

Pembimbing Tesis,

(Prof.Dr. Suahasil Nazara)

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : DIBYO PURUSO
NPM : 0806448434
Program Studi : Kajian Ketahanan Nasional
Judul : ANALISIS KUALITAS PELAYANAN
DIREKTORAT TEKNOLOGI INFORMASI
DIREKTORAT JENDERAL HAK KEKAYAAN
INTELEKTUAL DENGAN PENDEKATAN *SERVICE
QUALITY*

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 Stratejik dan Kebijakan, Program Pascasarjana, Universitas Indonesia

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang: Dr. Amy S Rahayu, M.Si

Pembimbing : Prof.Dr. Suahasil Nazara

Penguji : Drs. Johannes Sutoyo, MA

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : Juli 2011

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Penyusunan tesis ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Sains Program Studi Ketahanan Nasional, Kajian strategik Perencanaan, Strategi dan Kebijakan pada Program Pascasarjana, Universitas Indonesia.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan tesis ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. DR. Chandra Wijaya, MM. MSi, selaku Plh. Ketua Program Pasca Sarjana, Universitas Indonesia.
2. Prof. Dr. TB. Ronny R. Nitibaskara, selaku Ketua Program Studi Pengkajian Ketahanan Nasional, Kekhususan Kajian Strategik Ketahanan Nasional Program Pascasarjana, Universitas Indonesia.
3. Prof. Suahasil Nazar, Selaku Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran di dalam memberikan pengarahan dan petunjuk kepada penulis dalam penyusunan tesis ini.
4. Bapak/Ibu Dosen Program Pascasarjana Kekhususan Kajian Perencanaan, Strategik dan Kebijakan Universitas Indonesia, yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
5. Tim Penguji Tesis yang telah memberikan saran dan koreksi dalam perbaikan tesis ini.

Pimpinan, staf pengajar dan staf sekretariat Program Studi Ketahanan Nasional, Konsentrasi Kajian Strategik Perencanaan, Strategi dan Kebijakan Program Pascasarjana Universitas Indonesia, yang telah memberikan bekal dan pelayanan dalam proses penyiapan dan penyusunan tesis ini.

6. Direktur Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, para pejabat eselon II, III, dan IV serta seluruh staf Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual khususnya teman-teman Direktorat TI yang telah memberikan semangat dan data yang diperlukan penulis.
7. Keluarga, Istriku (Dewi Nugraheni Hermayanti) yang senantiasa menemani dan memberikan semangat dan bantuan dukungan moril kepada penulis.
8. Teman-temanku Nandang Koharudin, Masnia, Anis Ersita, Hermawan Saputro, , yang telah banyak membantu penulis dalam hal semangat dan dukungan moril lainnya kepada penulis.
9. Teman-teman Renstra IV, teman seperjuanganku yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan saudara-saudara semua.

Jakarta, Juli 2011

Penulis

DIBYO PURUSO

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : DIBYO PURUSO
NPM : 0806448434
Program Studi : Kajian Ketahanan Nasional
Kajian : StrategikPerencanaan, Strategi danKebijakan
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul Analisis Kualitas Pelayanan Direktorat Teknologi Informasi Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Dengan Pendekatan *Service Quality* , beserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalimedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuatdi : Jakarta
Tanggal : Juli 2011
Yang Menyatakan,

DIBYO PURUSO

ABSTRAK

Nama : Dibyo Puroso
Program Studi :
Judul : Analisa Kualitas Pelayanan Direktorat Teknologi Informasi
Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Dengan
Pendekatan Service Quality

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan Direktorat TI dengan pendekatan *service quality* yaitu dilihat dari ada tiadknya kesenjangan antara layanan yang diterima pengguna dengan layanan yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi (TI).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif analistik dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna TI di lingkungan Ditjen HKI tidak termasuk Direktorat TI yang berjumlah 356 pegawai. Sampel dihitung dengan rumus slovin dan diketahui jumlah sampel sebanyak 78 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan secara keseluruhan menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara harapan dengan yang dipersepsikan oleh pengguna. Dengan gap tertinggi terletak pada petugas Direktorat TI berpenampilan rapi dan gap terendah terletak pada petugas Direktorat TI bersikap sopan dan sabar dalam melayani pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa belum memenuhi tingkat yang diharapkan oleh pengguna, karena petugas Direktorat TI berpenampilan kurang rapi (*tangibles*) dengan tingkat gap pelayanan yang paling tinggi yaitu -1.79. Hasil penelitian menunjukkan bahwa petugas Direktorat TI belum mampu memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi pengguna sesuai dengan jadwal dan waktu yang telah dijanjikan (*reliability*) dengan tingkat gap yang paling tinggi sebesar -1.79. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tanggap petugas Direktorat TI dalam hal pelayanan dirasakan belum cepat tanggap dalam melayani keluhan pengguna (*responsiveness*), dengan tingkat gap yang paling tinggi sebesar -1.76. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaminan yang ada di Direktorat TI belum sepenuhnya terlaksana karena petugas Direktorat TI memiliki sikap yang kurang profesional dan percaya diri dalam menjawab pertanyaan yang diajukan pengguna (*assurance*), dengan tingkat gap tertinggi sebesar -1.55. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *emphaty* yang kurang maksimal ditunjukkan dalam hal kemauan petugas TI dalam mendengarkan keluhan pengguna (*emphaty*), dengan tingkat gap yang cukup tinggi, yaitu sebesar -1.76.

Kata Kunci : Tampilan Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati
Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

Name : Dibyo Puroso
Study program:
Title : Analysis of Service Quality of Directorate Information
Technology Directorate General of *Intellectual*
Property Rights by using Service Quality Approach

The purpose of this research is to determine the service quality level of Directorate Information Technology by *service quality* approach which is seen from the presence or absence of the gap between service received by users with the service expected by information technology users.

This research uses analytical descriptive method by using quantitative approach. The population of this research is all users of information technology within Directorate General of *Intellectual Property Rights* exclude Directorate General of Information Technology in the amount of 365 employees. Samples are calculated by slovin formula and it's known that the number of sample is 78 respondents.

The research result shows that the overall level of service quality shows there is a gap between expectation and perception of users. The highest gap is on Directorate General of Information Technology officers who are neatly dressed and the lowest level is on the Information Technology officers who are polite and patient in giving service to users. The research result shows that it has not met the level expected by users as Directorate General of Information Technology officers in less neat dresses (tangibles) with the highest level of service gap namely -1.79. The research result shows that Directorate General of Information Technology officers are not able to give solution upon problems faced by users based on schedule and reliability of time with the highest level gap of -1.79 yet. The research result shows that responsiveness of Directorate General of Information Technology officers in service term doesn't give not quick response in serving users' complaints (responsiveness), with the highest level of gap of -1.76. The research result shows that the assurance in Directorate General of Information Technology has not completely implemented as Directorate General of Information Technology officers have less professional and confidence attitude in replying questions submitted by users (assurance), with the highest level of gap of -1.55. The research result shows that the less maximum of empathy is indicated in term of willingness of Information Technology officers in hearing users' complaints (empathy), with the quite high level of gap in the amount of -1.76.

Password : Physical Appearance, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Service Quality

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Pokok Permasalahan	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penulisan Tesis	7
BAB 2 KAJIAN TEORI	
2.1. Jasa	9
2.2. Pelayanan	13
2.3. Pelayanan Publik	21
2.4. Kepuasan Pelanggan	37
2.5. Penelitian Terdahulu	42
2.6. Kerangka Pemikiran	43
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian	46
3.2 Populasi dan Sampel	46

3.3 Instrumen Penelitian.....	47
3.4 Operasional Konsep	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.6 Teknik Pengolahan Data	51
BAB 4 Gambaran Umum Perusahaan	
4.1. Sejarah Singkat Ditjen HKI.....	56
4.2. Visi dan Misi	58
4.3. Tugas Pokok, Fungsi dan Susunan Organisasi.....	59
4.4. Data Pegawai Ditjen HKI.....	61
4.5. Perangkat Lunak atau Aplikasi Ditjen HKI	62
BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1. Subjek dan Objek Penelitian	66
5.2. Uji Instrumen Penelitian.....	68
5.3. Hasil Penelitian Kuantitatif	70
5.4. Pembahasan.....	87
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	91
6.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	97

DAFTAR TABEL

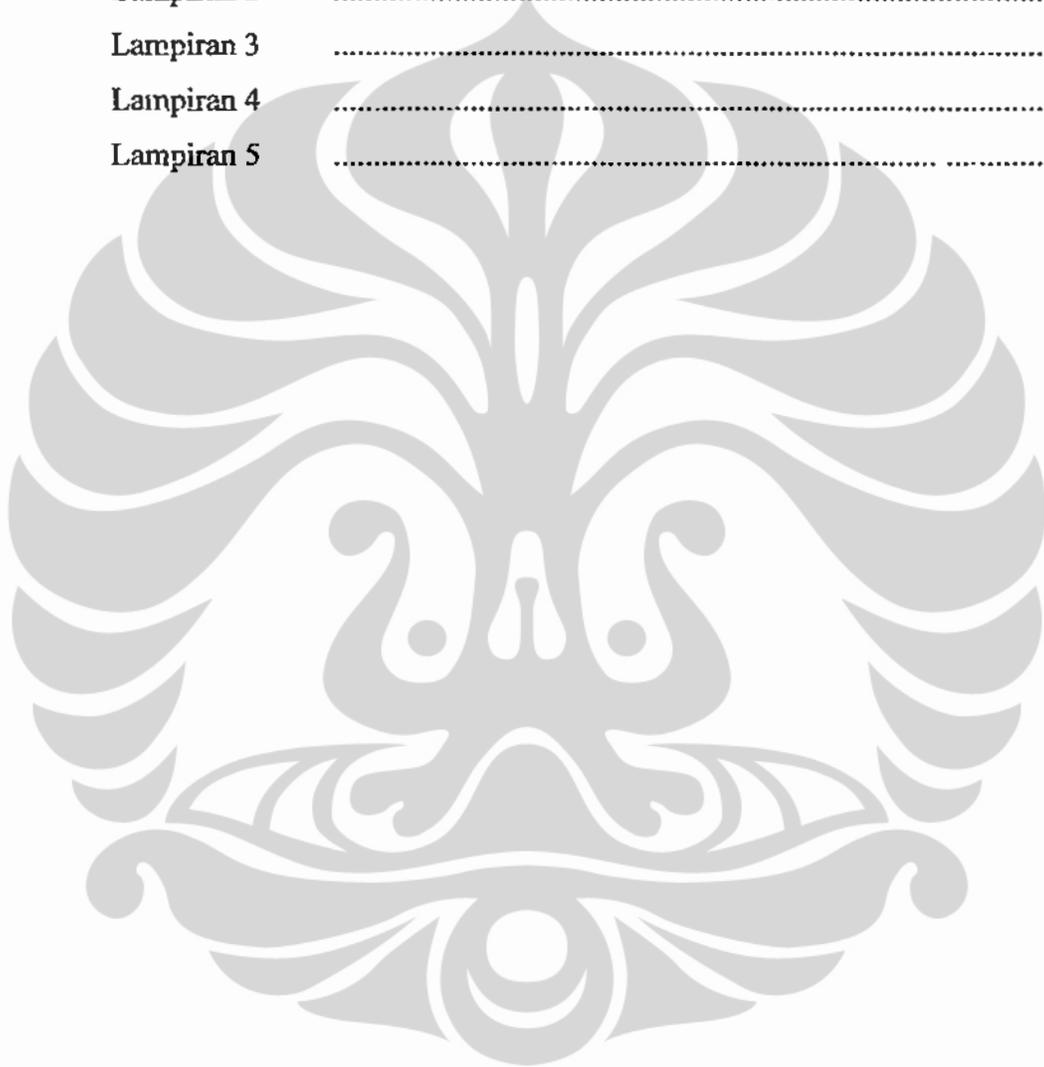
	Halaman
Tabel 1.1 : Daftar Perbaikan Perangkat TI	5
Tabel 2.1 : Cara Konsumen Menilai Lima Dimensi Kualitas Jasa.....	13
Tabel 3.1. : Rincian Sampel Penelitian	47
Tabel 3.2 : Variabel Service Quality	47
Tabel 4.1 : Komposisi Pegawai Berdasarkan Eselon	61
Tabel 4.2 : Distribusi Pegawai Ditjen HKI	61
Tabel 5.1. : Prosentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 5.2 : Prosentase Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 5.3 : Prosentase Responden Berdasarkan Pendidikan	68
Tabel 5.4 : Hasil Uji Validitas.....	68
Tabel 5.5 : Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 5.6 : Score dan Nilai Rata-rata Persepsi dan Harapan terhadap Kualitas Pelayanan Direktorat TI dalam Dimensi Tangible ...	71
Tabel 5.7 : Score dan Nilai Rata-rata Persepsi dan Harapan terhadap Kualitas Pelayanan Direktorat TI dalam Dimensi Reliability..	73
Tabel 5.8 : Score dan Nilai Rata-rata Persepsi dan Harapan terhadap Kualitas Pelayanan Direktorat TI dalam Dimensi Responsiveness.....	76
Tabel 5.9 : Score dan Nilai Rata-rata Persepsi dan Harapan terhadap Kualitas Pelayanan Direktorat TI dalam Dimensi Assurance.....	78
Tabel 5.10 : Score dan Nilai Rata-rata Persepsi dan Harapan terhadap Kualitas Pelayanan Direktorat TI dalam Dimensi Emphaty	81
Tabel 5.11 : Nilai Rata-rata Kualitas Pelayanan per Dimensi	83
Tabel 5.12 : Nilai Rata-rata Kualitas Pelayanan per Atribut Dimensi Service Quality.....	84
Tabel 5.13 : Hasil Uji Beda Kualitas Pelayanan	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Conceptual Model of Service Quality.....	26
Gambar 2.1 : Extended Model Gap 1.....	31
Gambar 2.2 : Extended Model Gap 2.....	33
Gambar 2.4 : Extended Model Gap 3.....	35
Gambar 2.5 : Extended Model Gap 4.....	36
Gambar 2.6 : Extended Model Gap 5.....	39
Gambar 2.7 : Konsep Kepuasan Pelanggan	41
Gambar 2.8 : Kerangka Pemikiran	45
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Ditjen HKI.....	61
Gambar 4.3 : Tampilan Muka Website Ditjen HKI	63
Gambar 4.4 : Tampilan Muka IPDL	64
Gambar 4.5 : Tampilan Muka Aplikasi PAten.....	64
Gambar 4.6.. : Tampilan Muka Aplikasi Desain Industri	65
Gambar 4.7 : Tampilan Muka Aplikasi Cipta	66

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1	97
Lampiran 2	102
Lampiran 3	110
Lampiran 4	115
Lampiran 5	123



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) mempunyai potensi ekonomi yang besar. Angkanya mencapai triliunan rupiah. Kalau seseorang mempunyai banyak hak paten atau hak cipta, maka kita berpotensi untuk mengeruk uang triliunan rupiah. Oleh karena itu masyarakat Indonesia harus mulai rajin untuk menemukan penemuan baru dalam berbagai bidang dan mematenkannya. (Hasan, A dalam Bunga rampai Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI)).

Selama ini pembajakan hak cipta sudah menjadi tradisi sehari-hari (membudaya) dan bukan dianggap sebagai suatu kejahatan. Dalam Industri rekaman, memberikan kontribusi pajak senilai 320 milyar pertahun (Data tahun 2001). Bayangkan akan sangat besar sekali penghasilan pajak dan nilai manfaat bagi orang-orang yang bergerak di bidang seni musik jika saja tidak ada pembajakan.

Dalam hal pemahaman akan pentingnya HKI masyarakat Indonesia sangat tertinggal jauh dibandingkan dengan negara-negara lain. Sebagai contoh, paten internasional tempe yang terdaftar atas nama periset Indonesia hanya tiga, sedangkan yang dimiliki asing sebanyak 15 Paten (Data tahun 2001). Demikian juga dengan hasil kerajinan rotan, temuan tentang rancang bangun rotan di Amerika Serikat jumlah patennya mencapai 193 buah, sedangkan Indonesia hanya 7 paten (Pandy, J dalam Bunga rampai Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI)).

Melihat fakta diatas, sangat penting sekali bagi masyarakat Indonesia untuk memahami pentingnya HKI. Agar setiap produk, bisnis, dan jasa yang kita jalankan dapat dilindungi keberadaanya. Perlindungan terhadap Hak Kekayaan Intelektual (HKI) adalah hal yang sangat penting bagi tatanan ekonomi modern.

Pelaksanaan dan perlindungan HKI akan membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengalaman di sejumlah negara memperlihatkan bahwa pelaksanaan dan perlindungan HKI turut mendorong investasi dan pengalihan teknologi secara cepat serta merangsang daya saing masyarakat dan

perusahaan setempat. Di Malaysia misalnya, kemajuan industri dan teknologinya tidak bisa dilepaskan dari komitmen pemerintah yang sejak awal menjunjung tinggi HKI. Antara lain dengan membentuk badan khusus untuk mengurus soal HKI yang langsung diawasi oleh perdana menteri. Badan tersebut terdiri atas pejabat pemerintah serta pemegang hak cipta, paten, dan merek. Hal serupa juga terjadi di Jepang. Yukio Kitazuke, Direktur Jendral pada Departemen Administrasi umum kantor paten Jepang, mencontohkan bagaimana perusahaan elektronik NEC dan perusahaan otomotif Toyota menjadi besar, setelah bekerjasama dengan perusahaan barat yang menjunjung HKI (Kompas, 20 Januari 2000).

Rendahnya pemahaman akan pentingnya HKI ini bisa dilihat dari data bahwa hanya 3 % kontribusi peneliti Indonesia terhadap Jumlah paten yang di daftarkan. Itu lebih rendah bila dibandingkan dengan peneliti Thailand yang menyumbangkan 7 % jumlah paten yang didaftarkan di badan peten lokal dan Malaysia yang bahkan lebih dari 10 %. (Adiningsih, N. U dalam Bunga rampai Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI))

Rendahnya tingkat permohonan HKI di Indonesia ini di antaranya disebabkan oleh pemahaman bahwa untuk mendaftarkan HKI itu berbelit-belit, memakan waktu, dan biaya yang besar, padahal tidak seperti itu, ada cara mudah, efisien, dan tidak ribet yaitu melalui jasa konsultan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) untuk membantu mendaftarkan HKI (paten, hak cipta, desain industri, merek dagang, rahasia dagang, perlindungan varietas tanaman (PVT)) baik bagi perorangan, kelompok, dunia bisnis, industri, maupun badan-badan penelitian pemerintah dan swasta. (<http://umum.kompasiana.com/2009/06/26/pentingnya-hak-kekayaan-intelektual-hki>)

Uraian di atas menunjukna bahwa keberadaan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam hubungan antar manusia dan antar negara merupakan sesuatu yang tidak dapat dipungkiri. HKI juga merupakan sesuatu yang given dan inheren dalam sebuah masyarakat industri atau yang sedang mengarah ke sana. Keberadaannya senantiasa mengikuti dinamika perkembangan masyarakat itu sendiri. Begitu pula halnya dengan masyarakat dan bangsa Indonesia yang mau tidak mau bersinggungan dan terlibat langsung dengan masalah HKI.

Visi dirjen HKI yaitu Terciptanya sistem Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang efektif dan efisien dalam menopang pembangunan nasional yang kemudian dijabarkan dalam Misi dirjen HKI yaitu Mengelola sistem HKI dengan cara: (1) Memberikan perlindungan, penghargaan dan pengakuan atas kreatifitas; (2) Mempromosikan teknologi, investasi yang berbasis ilmu pengetahuan dan pertumbuhan ekonomi; dan Merangsang pertumbuhan karya dan budaya yang inovatif dan inventif. Berdasarkan visi dan misi yang dicanankan, maka kualitas layanan prima adalah merupakan sesuatu yang mutlak diperlukan, salah satunya adalah dengan pemanfaatan teknologi Informasi.

Pemanfaatan teknologi informasi (TI) sudah sejak lama dikenal luas oleh kalangan bisnis seperti contohnya yang dipraktekkan dalam dunia perbankan. Penggunaan TI sebagai bagian dari sistem informasi di organisasi swasta telah berhasil mendorong adanya: peningkatan produktivitas (pengurangan biaya, peningkatan efektivitas), perbaikan kualitas layanan kepada *stakeholder*, peningkatan daya saing, perbaikan proses pengambilan keputusan, peningkatan kreativitas dan inovasi, serta perbaikan struktur dan fungsi organisasi. (Turban, Mc.Lean, 1996)

Namun hal yang sama baru tumbuh dewasa ini di sektor pemerintahan. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, seperti halnya yang dilakukan swasta membuka jalan untuk perkembangan pemerintahan dan pemberian pelayanan yang lebih baik.

Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (DJHKI) merupakan salah satu unit eselon I yang berada dalam naungan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI yang bertanggung jawab dalam hal pendaftaran dan pemberian perlindungan hak kekayaan intelektual yang mencakup paten, merek, hak cipta, desain industri, desain tata letak sirkuit terpadu dan rahasia dagang. Selain itu juga bertanggung jawab untuk menyebarkan informasi tentang kekayaan intelektual kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan DJHKI (*stakeholders*) yang cukup luas, diantaranya sektor bisnis, sesama badan pemerintah, universitas, lembaga-lembaga non-pemerintah dan tentu saja warga negara.

Komitmen DJHKI pada pengembangan teknologi informasi ditandai pengembangan sistem otomasi di DJHKI dimulai di tahun 1990 dengan melakukan *Feasibility Study on administration of intellectual property system* dan dilanjutkan dengan pembuatan *master plan on management information system of intellectual property administration (MIS)*. Di tahun berikutnya perencanaan MIS dikembangkan. Empat tahun kemudian, tepatnya di 1995 dikembangkan sistem informasi hak cipta, paten, dan merek.

Komitmen DJHKI pada pengembangan teknologi informasi juga ditandai dengan dibentuknya direktorat baru dalam struktur DJHKI yakni Direktorat Teknologi Informasi (Direktorat TI) di tahun 1999. Pembentukan direktorat baru dalam struktur DJHKI merupakan salah satu bentuk nyata dari perubahan yang terjadi dari segi struktural sebagai akibat dari adanya penerapan teknologi informasi.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi di DJHKI, Direktorat TI semakin memegang peranan penting dalam memberikan pelayanan kepada pengguna. Terkait dengan operasional harian perusahaan dalam menggunakan system informasi, tentunya tidak terlepas dari permasalahan yang terjadi seperti gangguan, kerusakan, bahkan yang paling ditakuti adalah kehilangan, baik itu akses, perangkat lunak/keras, sampai kepada data informasi itu sendiri.

Berikut ini jumlah PC dan Peripherals tahun 2009 Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (DJHKI)

No	Nama Peralatan	Jumlah
1	PC Destop	589
2	Note Book	39
3	Scanner	72
4	Printer	141
5	LCD	12
6	Server	48

Kerusakan peripheral yang terjadi di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (DJHKI) lamanya perbaikannya sebagai berikut:

- Mengganti hardisk minimal 4 hari

- Menginstal operating system minimal 2 hari
- Mengganti CD/DVD ROM
- Mengganti mouse
- Mengganti memori

Meskipun jadwal lamanya perbaikan telah ditetapkan oleh DJHKI, tetap saja hal tersebut tidak mampu diselesaikan sesuai target yang telah ditetapkan oleh karena banyaknya permintaan perbaikan yang datang. Hal ini tergambar dari laporan dibawah ini.

Tabel 1.1
Daftar Perbaikan Perangkat Teknologi Informasi (Hardware)
Berdasarkan Jenis Kerusakan
Direktorat Jenderal HKI Tahun 2009

No	Jenis Kerusakan	Jumlah
1	Ganti Harddisk	45
2	Install Operating System	209
3	Ganti CD/DVD Room	1
4	Ganti Mouse	32
5	Ganti Memory	5
6	Ganti Power Supply	5
7	Service Monitor	8
8	Ganti Keyboard	2
9	Ganti Mainboard	2
10	Ganti NIC/LAN Card	1
11	Service Printer	29
12	Ganti Harddisk Server	1
13	Service Notebook	7
	Total	347

Sumber: Laporan DJHKI

Tabel diatas menunjukkan bahwa terjadi masalah yang cukup krusial di Direktorat TI dalam hal kemampuan mengatasi permintaan perbaikan atas

kerusakan sesuai dengan *time limit* (jadwal yang telah ditentukan). Sebanyak 347 jenis kerusakan dalam setahun hanya ditangani oleh setidaknya dua orang pegawai TI yang khusus menangani kerusakan hardware.

Keterbatasan sumber daya dan permintaan perbaikan atas kerusakan yang begitu banyak, sangat mungkin menyebabkan keterlambatan pengerjaan perbaikan kerusakan tersebut. Keterlambatan ini tentunya berhubungan langsung dengan kemampuan pegawai TI melayani kerusakan. Selain itu keterlambatan dalam hal perbaikan kerusakan akan mempengaruhi produktivitas pegawai secara keseluruhan.

Untuk mengantisipasi hal-hal tersebut Direktorat TI memberikan pelayanan berupa solusi kepada pengguna yang membutuhkannya. Namun dalam kenyataannya sering terjadi keterlambatan dalam memberikan pelayanan. Untuk itu diperlukan mekanisme pelayanan dan standar pelayanan yang solid, sehingga diharapkan penanganan permasalahan dapat terkendali, terukur dan termonitor.

Service Quality yang dikembangkan oleh tiga pakar kualitas layanan yaitu, A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry (1990:21-22) untuk membantu para manajer dalam menganalisis sumber masalah kualitas layanan dan memperbaiki kualitas layanan.

Berdasarkan fakta dan uraian di atas, peneliti mencoba membuat analisis kualitas layanan Direktorat Teknologi Informasi pada Ditjen HKI dengan pendekatan *Service Quality*.

1.2. Pokok Permasalahan

Dari ilustrasi permasalahan di atas, peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

Bagaimana tingkat kualitas pelayanan Direktorat Teknologi Informasi dengan pendekatan *service quality*, yaitu dilihat dari adakah kesenjangan antara layanan yang diterima pengguna dengan layanan yang diharapkan oleh pengguna TI?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan Direktorat TI dengan pendekatan *service quality* yaitu dilihat dari adanya kesenjangan antara layanan yang diterima pengguna dengan layanan yang diharapkan oleh pengguna TI.

1.4. Manfaat Penelitian

- i. **Secara akademis:** hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi pembandingan bagi peneliti-peneliti lain yang berniat akan meneliti aspek yang sejenis.
2. **Secara praktis:** hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi atau bahan masukan bagi Direktorat Jenderal HKI khususnya Direktorat Teknologi Informasi untuk menetapkan kebijakan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat memberikan pelayanan prima kepada pengguna TI.

1.5. Sistematika Penulisan Tesis

Penulisan tesis ini akan disusun dan terbagi dalam enam bab. Maksud pembagian tersebut adalah agar permasalahan yang dibahas dalam tesis ini dapat dengan mudah dipahami alur serta pemecahannya. Adapun pembahasan tiap-tiap bab tersebut adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini memuat tentang latar belakang permasalahan, perumusan pokok permasalahan yang akan dibahas, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan tesis.

BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Dalam bab ini akan dibahas landasan teori yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian, yaitu tentang jasa, kualitas jasa dan kualitas pelayanan. Selanjutnya dalam penelitian ini dikemukakan tentang kerangka pemikiran dan pengajuan hipotesis.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas metode penelitian yang akan digunakan, populasi dan sampel yang diambil dalam penelitian ini, instrumen dan teknik pengumpulan data serta analisis data..

BAB 4 GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Ddalam bab ini akan dibahas tentang gambaran umum sistem pelayanan yang diterapkan di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual.

BAB 5 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dibahss tentang hasil uji coba instrumen penelitian, deskripsi data, pengujian persyaratan, pengujian hipotesis, pembahasan penelitian dan keterbatasan penelitian

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan diuraikan kesimpulan dari hasil penelitian tesis ini serta saran yang dapat diajukan dalam kaitannya dengan kualitas pemberian pelayanan Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual.

BAB 2

KAJIAN TEORI

2.1. Jasa

2.1.1. Pengertian Jasa

Ternyata jasa merupakan setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Proses produksinya mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Jasa dapat diidentifikasi sebagai kegiatan yang tidak berwujud dan merupakan objek utama dari pertukaran yang dilakukan adalah untuk menciptakan kepuasan dan keinginan dari para pelanggan.

Swasta (1984 : 319) mengemukakan terdapat dua definisi jasa sebagai berikut ini :

- a. Jasa merupakan produk tidak kentara yang dilaksanakan dan bukannya diproduksi.
- b. Nilai dan keuntungan dari suatu jasa dapat dibedakan diantara pemakai, karena sumber (input) untuk melaksanakan jasa berasal dari pembeli.

Jasa merupakan kegiatan yang ditawarkan, yang pada dasarnya tidak berwujud dimana proses produksi dan konsumsi dilakukan pada waktu yang sama, serta tidak menghasilkan kepemilikan terhadap sesuatu. Hasil dari proses produksinya dapat berbentuk fisik dan pada akhirnya bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Peninjauan terhadap literatur dimaksudkan untuk mempelajari pemikiran-pemikiran para pakar pemasaran dan ilmu-ilmu pendukung lainnya melalui karya-karya tulis mereka, sehingga dapat digunakan untuk mendukung kesimpulan pembahasan yang dituangkan dan memperkuat cara-cara pemecahan masalah yang akan ditempuh. Setiap manusia ingin merasakan puas dengan produk yang mereka inginkan atau butuhkan.

Untuk mengelola suatu organisasi dengan baik dan berusaha untuk “tidak rugi” tentu diperlukan pengetahuan tentang manajemen organisasi. Disini akan

dikemukakan teori tentang manajemen umum yang sudah banyak ditulis. Teori yang hingga kini masih valid yaitu dari G.R. Terry, yang disingkat POAC(Planning, Organizing, Actuating, Controlling) atau Perencanaan, Pengorganisasian, Menggerakkan dan Pengawasan/Pengendalian.

Adapun definisi jasa menurut Kotler (1997 : 83) setiap tindakan/kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jasa pelayanan merupakan suatu penampilan jadi tidak berwujud dan cepat hilang karena lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki. Di dalam strategi pemasaran pengertian pelayanan jasa dan produk berupa barang sangatlah berbeda. Keadaan pertumbuhan dari jasa sangat tergantung dari penilaian pelanggan terhadap kinerja yang ditawarkan oleh produsen kepada pelanggannya.

2.1.2. Ciri-ciri Jasa

Di dalam landasan teori ini nantinya dapat dipertegas dengan teori-teori dari beberapa sumber seperti :

1. Kotler, (1997 : 84-86), memberikan 4 (empat) karakteristik utama yang merupakan ciri-ciri yang dimiliki suatu jasa, yaitu :

1) *Intangibility*

Service are intangibility, unlike physical products, they can not be seen, tasted, felt, heard, or smelled before they are bought.

2) *Inseparability*

Service are typically produced and consumed simultaneously. This is not true of physical goods that are manufactured, put into inventory, distributed through multiple resellers, and consumed still later. If the services is rendered by a person, then the provider is part of the service.

3) *Variability*

Service are highly variable, since they depend on who provides them and when and where are provided.

4) *Perishability*

Service can not be stored. The perishability of service is not a problem demand is steady, because it is easy to staff the service in advance. When demand fluctuates, service firms have difficult problem

Keempat pernyataan diatas mengartikan jasa sebagai produk dengan ciri-ciri: tidak berwujud (*intangible*), tidak dapat dipisahkan (*inseparable*), berubah-ubah (*variable*) dan tidak dapat disimpan karena tidak mempunyai daya tahan (*perishable*).

2. Lovclock (1988 : 30) menyatakan ada tiga karakteristik jasa yaitu :

- 1) Cenderung tidak berwujud (*more intangible than tangible*). Jasa merupakan perbuatan, penampilan atau suatu usaha. Bila pelanggan membeli suatu barang, maka barang tersebut dipakai atau ditempatkan pada suatu tempat. Tetapi bila pelanggan membeli jasa, maka pada umumnya tidak ada wujudnya.
- 2) Produksi dan konsumsi serentak (*Simultaneous Production and Consumptio*). Jasa diproduksi dan dikonsumsi dalam waktu yang sama, artinya penghasil jasa hadir secara fisik pada saat konsumsi dari jasa yang ditawarkan berlangsung.
- 3) Kurang terstandarisasi dan seragam (*Less Standardized and Uniform*). Industri jasa cenderung dibedakan antara :
 - *People based* (berdasarkan orang)
 - *Equipment based* (berdasarkan perlengkapan).

Penerapan dari perbedaan diatas adalah bahwa output jasa berdasarkan orang kurang memiliki standarisasi dibanding dengan hasil jasa yang menggunakan peralatan.

2.1.3. Kualitas Jasa

Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan, sedangkan menurut Qyckof dalam Tjiptono (1998:59), Kualitas jasa

adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Dari pernyataan diatas bahwa kualitas suatu jasa yang diterima konsumen dinyatakan dalam ukuran yang besarnya ketidak sesuaian antara harapan dan keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.

Sedangkan menurut Lovelock (1990:229) mendefinikan dari kualitas adalah sebagai berikut : *Quality is a degree of excellence, in meeting the customer's requirements.*

Dinyatakan bahwa kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam memperoleh mutu tersebut berhubungan dengan keinginan-keinginan konsumen. Untuk dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik, maka perlu dibina hubungan yang erat dalam hal ini adalah antara karyawan dengan pemakai jasa tersebut.

Cara utama sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa yang berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara berkesinambungan yaitu dengan memenuhi atau melebihi harapan kualitas jasa pelanggan yang menjadi sasaran.

Harapan pelanggan dibentuk dari pengalaman masa lampau, pembicaraan dari mulut ke mulut dan dari iklan perusahaan jasa, dengan demikian pelanggan dapat memilih dan membandingkan dari jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan. Dalam perkembangan selanjutnya Tjiptono (1998:70-71) merangkum dalam dimensi pokok menjadi lima saja yaitu :

- a. Bukti Langsung (*Tangibles*), meliputi penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (*Reliability*), yakni tingkat kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu kesediaan dan keinginan para staf perusahaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. Jaminan (*Assurance*), yakni mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf perusahaan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

- e. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Cara pandang konsumen di dalam menilai dimensi kualitas produk jasa dapat diuraikan seperti pada tabel 2.1

Tabel 2.1
Cara Konsumen Menilai Lima Dimensi Kualitas Jasa

Eidang Jasa	Keandalan	Daya Tanggap	Jaminan	Empati	Bukti langsung
Peralatan Kesehatan (Pasar Konsumen)	Janji ditepati sesuai jadwal, diagnosisnya terbukti akurat	Dapat diakses, tidak lama menunggu, bersedia mendengarkan keluhan kesah pelanggan	Pengetahuan ketrampilan, kepercayaan dan reputasi dari tim dan karyawan	Mengenal pelanggan dengan baik, mengingat masalah (keluhan, dll) sebelumnya, menjadi pendengar yang baik dan sabar	Peralatan, bahan-bahan yang tersedia

Sumber : Zeithmal dalam Tjiptono (1998 : 71)

2.2. Pelayanan

2.2.1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan menurut Kotler dalam Sampara Lukman (2000:8) adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.

Berdasarkan pendapat Sampara (2000:6), pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Menurut kamus Bahasa Indonesia (2001:781), dijelaskan bahwa pelayanan sebagai hal, cara, atau hasil pekerjaan melayani, sedangkan melayani adalah menyugahi (orang) dengan makanan atau minuman; menyediakan keperluan orang, mengiyakan, menerima, menggunakan

Sedangkan pelayanan menurut H.A.S. Moenir dalam buku Pelayanan Umum di Indonesia (2000:16-17) menyatakan "Pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain".

Mengacu pada definisi di atas, maka pelayanan pada dasarnya adalah pelayanan yang diberikan oleh lembaga atau pihak tertentu dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat akan barang-barang dan jasa

Adapun pelayanan umum menurut Moenir (2000:26) adalah kegiatan yang dilakukan seseorang atau kelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem prosedur dan dengan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai haknya.

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*".

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.

Dari definisi di atas jelas bahwa pelayanan umum merupakan suatu aktivitas/kegiatan yang dilakukan oleh suatu instansi dalam bentuk barang atau jasa dengan landasan faktor material melalui sistem prosedur dan metode tertentu dalam usahanya memenuhi kepentingan orang lain sesuai haknya.

Selanjutnya menurut H.A.S. Moenir (2000:88-123) faktor pendukung dalam pelayanan umum terdiri dari 6 faktor, yaitu:

1. Faktor kesadaran pejabat yang berkecimpung dalam pelayanan umum terhadap tugas/kewajiban yang menjadi tanggung jawabnya. Hal ini dilakukan melalui perenungan, pertimbangan, dan perbandingan yang pada akhirnya melahirkan ketenangan, ketetapan hati, dan keseimbangan dalam jiwanya sebagai pangkal tolak untuk melakukan perbuatan dan tindakan di kemudian hari;
2. Faktor aturan yang menjadi landasan kerja pelayanan umum berupa sistem, prosedur, dan metode kerja sehingga mekanisme kerja dapat berjalan sebagaimana yang diharapkan sebagaimana mestinya;

3. Faktor pengorganisasi tugas pelayanan yang merupakan alat serta sistem yang memungkinkan terselesaikannya tugas-tugas pelayanan. Hal ini berperan dalam kualitas dan kelancaran pelayanan;
4. Faktor pendapatan dari petugas layanan yang dapat memenuhi kebutuhan hidup minimum sebagai imbalan atas tenaga atau pikiran yang telah dicurahkan untuk orang lain atau badan/organisasi, baik dalam bentuk uang, natura, maupun fasilitas;
5. Faktor ketrampilan dan kemampuan petugas yang memadai untuk tugas yang dibebankan kepadanya agar hasil pekerjaannya memenuhi standar;
6. Faktor tersedianya sarana dalam pelaksanaan tugas pelayanan yang memadai untuk mempercepat penyelesaian masalah dan pekerjaan serta efisiensi waktu.

Pelayanan merupakan suatu proses yang sasarannya ditujukan pada manusia secara perorangan maupun berkelompok dalam bentuk organisasi/badan. Menurut Moenir (2000:204) manajemen pelayanan umum adalah "manajemen proses yang kegiatannya diarahkan secara khusus pada terselenggaranya pelayanan guna memenuhi kepentingan umum/kepentingan perorangan, melalui cara-cara yang tepat dan memuaskan pihak yang dilayani". Agar manajemen pelayanan umum dapat berhasil dengan baik, maka unsur pelaku sangat menentukan. Pelaku dapat berbentuk badan/organisasi yang bertanggung jawab atas penyelenggaraan pelayanan dan manusianya selaku pegawai baik secara kelompok sebagai kesatuan maupun secara individual.

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 (2010) 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

2.2.2. Kualitas Pelayanan

Dengan memperhatikan pentingnya pelayanan kepada para pelanggan sebagai salah satu pencapaian tujuan organisasi, maka perlu diketahui terlebih dahulu pengertian dari kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan terdiri dari dua kata, yaitu kualitas (*quality*) dan pelayanan (*service*).

Pengertian kualitas sangat beraneka ragam. Menurut Boetsh dan Denis (dalam Tjiptono, 1996:57) kualitas merupakan "Suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan".

Pendapat di atas dapat dimaksudkan bahwa seberapa besar kualitas yang diberikan yang berhubungan dengan produk barang maupun jasa beserta faktor pendukungnya memenuhi harapan penggunaannya. Dapat diartikan bahwa semakin memenuhi harapan konsumen, produk tersebut semakin berkualitas.

Relevan dengan pendapat di atas, Clark (1996: 5) mendefinisikan kualitas sebagai "*how consistently the product or service delivered meets or exceeds the customer's (internal or external) expectation and needs*" (seberapa konsisten produk atau jasa yang dihasilkan dapat memenuhi pengharapan dan kebutuhan *internal customers* atau pegawai atau *external customers* atau masyarakat).

Berdasarkan kedua definisi di atas, maka kualitas pada dasarnya merupakan hubungan produsen dengan konsumen. Sejauh produsen dapat memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen, sejauh itu pulalah kualitas yang dimiliki produsen tersebut. Dengan demikian, kualitas dalam hal ini harus menggunakan perspektif konsumen atau pelanggan. Dengan kata lain, meskipun menurut produsennya, barang atau jasa yang dihasilkannya sudah melalui prosedur kerja yang cukup baik, namun jika tetap belum mampu memenuhi standar yang dipersyaratkan oleh konsumen, maka kualitas barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen tersebut tetap dinilai sebagai sesuatu yang memiliki kualitas yang rendah. Di samping

harus mampu memenuhi standar yang dipersyaratkan oleh konsumen, baik buruknya kualitas barang atau jasa yang dihasilkan juga dapat dilihat dari konsistensi keterpenuhan harapan dan kebutuhan masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa kualitas tersebut hendaknya dinilai secara periodik dan kontinyu sehingga terlihat konsistensi keterpenuhan standar di atas.

Berkualitas, menurut Tjiptono (1998 : 76), mempunyai makna, "memuaskan kepada yang dilayani, baik internal maupun eksternal, dalam arti optimal pemenuhan atas tuntutan atau persyaratan pelanggan atau masyarakat ". Sesuai dengan pendapat yang terakhir ini jelas bahwa anasir kualitas hanya dapat diketahui dengan menggunakan perspektif pelanggannya.

Senada dengan pendapat di atas, Vincent Gasperz (1997:4), berpendapat bahwa "kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda-beda dan variasi, dari yang konvensional sampai yang lebih strategik. Definisi kualitas secara konvensional biasanya menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk seperti: performansi (*performance*), kehandalan (*reliability*), mudah dalam penggunaan (*easy to use*), estetika (*aesthetics*) dan sebagainya. Definisi kualitas secara strategik yaitu segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of costumers*)."

Berdasarkan pendapat beberapa pakar di atas, kualitas dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan, sehingga pelanggan merasa terpuaskan keinginan/kebutuhannya. Jadi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai suatu realita dan persepsi terhadap apa yang diharapkan oleh pelanggan atas apa yang telah diberikan oleh penyedia jasa.

Masih berkaitan dengan kualitas Vicent Gasperz (1997:79-80), mengemukakan beberapa prinsip dalam hubungannya dengan pelayanan, yaitu:

1. Berfokus pada kepuasan total pelanggan
2. Mempraktekkan filosofi "kualitas yang utama"
3. Implementasi manajemen kualitas berorientasi proses
4. Sadar akan setiap masalah yang timbul dan memperoleh solusi secepatnya
5. Implementasi siklus Use PDSA (*Plan, Do, Study, Act*) dalam perbaikan kualitas terus-menerus.
6. Standardisasi operasional
7. Membangun kualitas ke dalam proses

8. Menerapkan pengukuran yang bermanfaat, mengikuti filosofi berbicara berdasarkan data (*Speak with data*)
9. Mengembangkan kemitraan internal dan eksternal

Lebih lanjut tentang definisi kualitas pelayanan Wyckof (dalam Fandy Tjiptono 2000: 59) mengartikan pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang memenuhi keinginan pelanggan. Dengan demikian ada faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expected service* dan *perceived service*. Definisi ini sejalan dengan yang dikemukakan Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1990 : 39), bahwa jika pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa (pelayanan) dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Kualitas total pelayanan di bidang jasa menurut Tjiptono, Fandy (2000: 60-62) terdiri atas tiga komponen yaitu :

1. *Technical Quality*, yaitu komponen yang terkait dengan kualitas output jasa yang diterima pelanggan. Hal ini dapat diperinci lagi menjadi :
 - a. *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pengguna jasa sebelum menggunakan jasa tersebut.
 - b. *Experience quality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pengguna jasa setelah menggunakan pelayanan jasa tersebut, contoh ketepatan waktu, kerapihan hasil.
 - c. *Credence quality*, yaitu kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah menggunakan pelayanan jasa tersebut.
2. *Funcional Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.
3. *Corporate Image*, yaitu profil, reputasi, citra umum, dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

Sementara itu Parasuraman (1985:84) mengungkapkan bahwa ada dua faktor penting yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu layanan yang diharapkan dan layanan yang di persepsikan. 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

Dari uraian di atas jelaslah bahwa output jasa dan cara penyampaian merupakan faktor-faktor yang dipergunakan dalam kualitas jasa. Oleh karena pengguna jasa terlibat dalam suatu proses jasa maka seringkali penentuan kualitas jasa menjadi sangat kompleks.

Aspek dari kualitas jasa adalah spesifikasi pesanan (*contact personal*). Dalam bisnis jasa, sikap dan pelayanan *contact personal* merupakan aspek yang sangat penting dan menentukan kualitas jasa yang dihasilkan. Bila aspek tersebut dilupakan, maka dalam waktu yang tidak terlalu lama perusahaan yang bersangkutan dapat kehilangan banyak pengguna jasa.

Dalam konsep kualitas pelayanan terdapat konsep *service quality* yang dapat didefinisikan sebagai tingkat perbedaan antara ekspektasi pengguna jasa dengan persepsi pengguna jasa.

Ekspektasi pengguna jasa terhadap suatu pelayanan/produk yang ditawarkan dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut :

- a. *Word of mouth communications*, yaitu segala sesuatu hal yang didengar atau yang diterima oleh pengguna jasa melalui orang lain (dari mulut ke mulut).
- b. *Personal needs*, yaitu tingkat kebutuhan seseorang terhadap suatu produk atau jasa dari perusahaan tertentu.
- c. *Past experience*, yaitu pengalaman yang telah dialami oleh pengguna jasa dalam mempergunakan suatu produk atau jasa suatu perusahaan tertentu.

- d. *Eksternal communications*, yaitu informasi-informasi yang disampaikan oleh perusahaan kepada publik, misalnya promosi (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1990 : 29)

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa beberapa hal sangat mempengaruhi penilaian pengguna jasa atas pelayanan yang dirasakan. Beberapa hal tersebut saling berkaitan membentuk ekspektasi pengguna jasa terhadap nilai sebuah kualitas pelayanan. Apa yang didengar dari pengguna jasa sebelumnya, agaknya cukup mempengaruhi ekspektasi seseorang terhadap kualitas pelayanan. Apa yang disebut sebagai komunikasi dari mulut kemulut adalah faktor yang cukup menentukan. Disamping itu, tingkat kebutuhan seseorang terhadap sebuah produk, turut mempengaruhi ekspektasi terhadap kualitas layanan. Semakin tinggi tingkat kebutuhannya, maka ekspektasi terhadap produk tersebut akan semakin tinggi juga. Apabila harapan pemenuhan akan kebutuhannya ini tidak sesuai, maka akan menurunkan ekspektasinya terhadap layanan yang diberikan sebuah perusahaan. Namun hal yang perlu diperhatikan adalah ekspektasi konsumen dapat dipengaruhi dari media promosi atau informasi publik lainnya. Artinya, bila layanan yang diterima tidak sesuai dengan promosi yang dijanjikan, maka akan sangat mempengaruhi ekspektasi konsumen terhadap kualitas layanan.

2.3. Pelayanan Publik

2.3.1. Pengertian

Pelayanan publik dapat diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

Sebagaimana telah dikemukakan terdahulu bahwa pemerintahan pada hakekatnya adalah pelayanan kepada masyarakat. Ia tidaklah diadakan untuk melayani dirinya sendiri, tetapi untuk melayani masyarakat serta menciptakan kondisi yang memungkinkan setiap anggota masyarakat mengembangkan kemampuan dan kreativitasnya demi mencapai tujuan bersama (Rasyid, 1998). Karenanya birokrasi publik berkewajiban dan bertanggung jawab untuk memberikan layanan baik dan profesional.

Pelayanan publik (*public services*) oleh birokrasi publik tadi adalah merupakan salah satu perwujudan dari fungsi aparatur negara sebagai abdi masyarakat di samping sebagai abdi negara. Pelayanan publik (*public services*) oleh birokrasi publik dimaksudkan untuk mensejahterakan masyarakat (warga negara) dari suatu negara kesejahteraan (*welfare state*). Pelayanan umum 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.

Pelayanan publik dengan demikian dapat diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

Sementara itu, kondisi masyarakat saat ini telah terjadi suatu perkembangan yang sangat dinamis, tingkat kehidupan masyarakat yang semakin baik, merupakan indikasi dari *empowering* yang dialami oleh masyarakat (Thoha dalam Widodo, 2001). Hal ini berarti masyarakat semakin sadar akan apa yang menjadi hak dan kewajibannya sebagai warga negara dalam hidup bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Masyarakat semakin berani untuk mengajukan tuntutan, keinginan dan aspirasinya kepada pemerintah. Masyarakat semakin kritis dan semakin berani untuk melakukan kontrol terhadap apa yang dilakukan oleh pemerintahnya.

Dalam kondisi masyarakat seperti digambarkan di atas, birokrasi publik harus dapat memberikan layanan publik yang lebih profesional, efektif, sederhana, transparan, terbuka, tepat waktu, responsif dan adaptif serta sekaligus dapat membangun kualitas manusia dalam arti meningkatkan kapasitas individu dan masyarakat untuk secara aktif menentukan masa depannya sendiri (Effendi dalam Widodo, 2001). Arah pembangunan kualitas manusia tadi adalah memberdayakan kapasitas manusia dalam arti menciptakan kondisi yang memungkinkan setiap anggota masyarakat mengembangkan kemampuan dan kreativitasnya untuk mengatur dan menentukan masa depannya sendiri

Pelayanan publik yang profesional, artinya pelayanan publik yang dicirikan oleh adanya akuntabilitas dan responsibilitas dari pemberi layanan (aparatur pemerintah). Dengan ciri sebagai berikut :

1. Efektif, lebih mengutamakan pada pencapaian apa yang menjadi tujuan dan sasaran;
2. Sederhana, mengandung arti prosedur/tata cara pelayanan diselenggarakan secara mudah, cepat, tepat, tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan oleh masyarakat yang meminta pelayanan;
3. Kejelasan dan kepastian (transparan), mengandung arti adanya kejelasan dan kepastian mengenai :
 - a. Prosedur/tata cara pelayanan;
 - b. Persyaratan pelayanan, baik persyaratan teknis maupun persyaratan administratif;
 - c. Unit kerja dan atau pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan;
 - d. Rincian biaya/tarif pelayanan dan tata cara pembayarannya;
 - e. Jadwal waktu penyelesaian pelayanan.
4. Keterbukaan, mengandung arti prosedur/tata cara persyaratan, satuan kerja/pejabat penanggungjawab pemberi pelayanan, waktu penyelesaian, rincian waktu/tarif serta hal-hal lain yang berkaitan dengan proses pelayanan wajib diinformasikan secara terbuka agar mudah diketahui dan dipahami oleh masyarakat, baik diminta maupun tidak diminta;
5. Efisiensi, mengandung arti :
 - a. Persyaratan pelayanan hanya dibatasi pada hal-hal berkaitan langsung dengan pencapaian sasaran pelayanan dengan tetap memperhatikan keterpaduan antara persyaratan dengan produk pelayanan yang berkaitan;
 - b. Dicegah adanya pengulangan pemenuhan persyaratan, dalam hal proses pelayanan masyarakat yang bersangkutan mempersyaratkan adanya kelengkapan persyaratan dari satuan kerja/instansi pemerintah lain yang terkait.

6. Ketepatan waktu, kriteria ini mengandung arti pelaksanaan pelayanan 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 mejadi tuntutan, keinginan dan aspirasi masyarakat yang dilayani yang senantiasa mengalami tumbuh kembang.

Dalam buku *Delivering Quality Services* karangan Zeithaml, Valarie A. (et.al), 1990, yang membahas tentang bagaimana tanggapan dan harapan masyarakat pelanggan terhadap pelayanan yang mereka terima, baik berupa barang maupun jasa. Dalam hal ini memang yang menjadi tujuan pelayanan publik pada umumnya adalah bagaimana mempersiapkan pelayanan publik tersebut yang dikehendaki atau dibutuhkan oleh publik, dan bagaimana menyatakan dengan tepat kepada publik mengenai pilihannya dan cara mengaksesnya yang direncanakan dan disediakan oleh pemerintah.

Kemudian, untuk tujuan tersebut diperinci sebagai berikut :

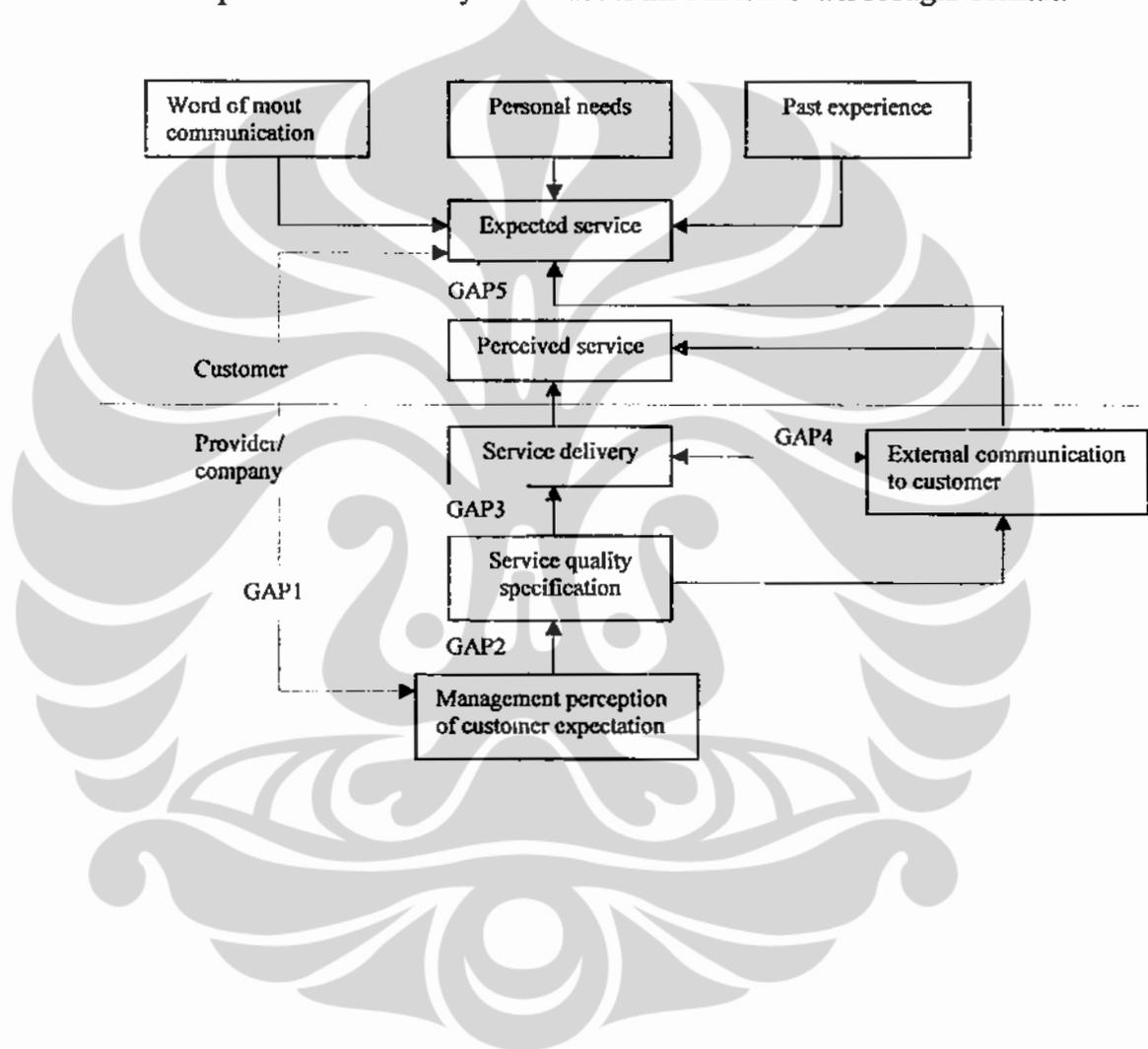
1. Menentukan pelayanan publik yang disediakan, apa saja macamnya;
2. Memperlakukan pengguna pelayanan, sebagai *customers*;
3. Berusaha memuaskan pengguna pelayanan, sesuai dengan yang diinginkan mereka;
4. Mencari cara penyampaian pelayanan yang paling baik dan berkualitas;
5. Menyediakan cara-cara, bila pengguna pelayanan tidak ada pilihan lain.

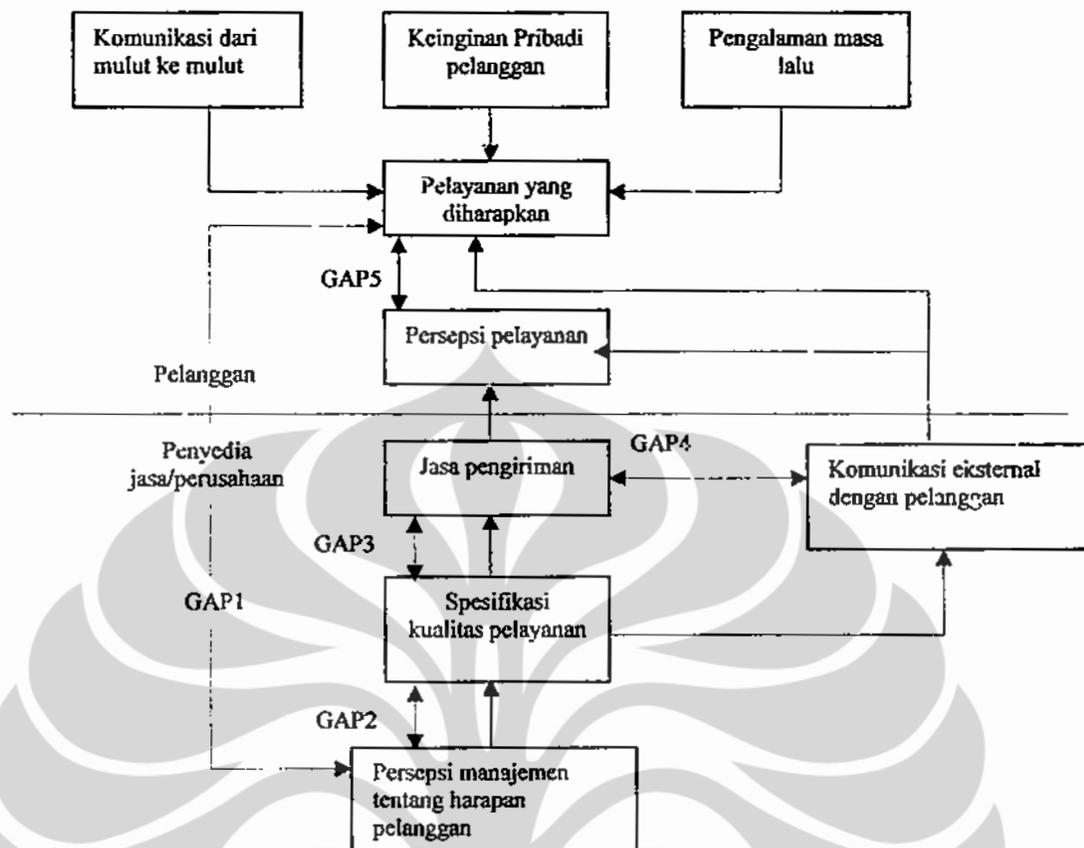
Berangkat dari persoalan mempertanyakan kepuasan masyarakat terhadap apa yang diberikan oleh pelayan dalam hal ini yaitu administrasi publik adalah pemerintah itu sendiri dengan apa yang mereka inginkan, maksudnya yaitu sejauhmana publik berharap apa yang akhirnya diterima mereka.

Dengan demikian dilakukan penilaian tentang sama tidaknya antara harapan dengan kenyataan, apabila tidak sama maka pemerintah diharapkan dapat mengoreksi keadaan agar lebih teliti untuk peningkatan kualitas pelayanan publik

2.3.2. Konsep Model Kualitas Layanan (*SERVQUAL*)

Model Servqual atau yang dikenal dengan *Service Quality* dikembangkan oleh tiga pakar kualitas layanan yaitu, A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry. Model *Servqual* ini dikembangkan dengan maksud untuk membantu para manajer dalam menganalisis sumber masalah kualitas layanan dan memperbaiki kualitas layanan. Model ini diilustrasikan sebagai berikut:





Gambar 2.1
Conceptual Model of Service Quality
 Sumber: Zeithaml, et.al (1990:46)

Dari gambar diatas dapat diinformasikan bahwa pelanggan dalam hal ini adalah para pengguna TI berhubungan dengan perusahaan dengan harapan mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan. Didalam hubungan dengan perusahaan atau pihak lain pasti akan terjadi ketidaksepahaman (gap) yang mana berdasarkan gambar diatas terdapat beberapa gap yang muncul yaitu : gap pertama adalah kesenjangan yang muncul dikarenakan antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen tidak bisa cocok, sedangkan gap yang kedua adalah kesenjangan dalam mewujudkan kualitas pelayanan dikarenakan kurang tepatnya persepsi yang muncul di management dengan harapan dari pelanggan. Kesenjangan ketiga muncul karena terjadi peran dalam pegawai dan keinginan mereka untuk memenuhi harapan pelanggan. Kesenjangan keempat terjadi karena tidak adanya komunikasi horizontal. Sehingga karena hal tersebut maka muncullah kesenjangan yang kelima yaitu kesenjangan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan. Kemudian

pengalaman pelanggan tersebut diceritakan/diinformasikan kepada pelanggan lain baik itu pengalaman mendapatkan pelayanan yang memuaskan ataupun sebaliknya. Dan berdasarkan hal tersebut maka para pelanggan ini akan mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari pelanggan lain tentang pengalaman mereka masing – masing dimasa lalu yang mana hal ini menjadi sangat penting diperhatikan oleh penyedia pelayanan sehingga dapat melakukan perbaikan pelayanan kepada pelanggannya.

Garis putus-putus horisontal memisahkan dua fenomena : bagian atas merupakan fenomena yang berkaitan dengan pelanggan dan bagian bawah mengacu pada fenomena pada perusahaan atau penyedia jasa. Harapan pelanggan terhadap suatu pelayanan dipengaruhi oleh:

1. Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), komunikasi ini dituturkan dari pengalaman pelanggan lain.
2. Kebutuhan individual (*personal needs*), artinya sejauh mana tingkat kebutuhan individu pelanggan terhadap layanan yang diinginkan. Jika si pelanggan membutuhkan layanan tersebut maka harapan akan layanan tersebut sangat tinggi, begitu pula sebaliknya.
3. Pengalaman masa lalu (*past experiences*), pengalaman masa lalu meliputi hal-hal yang telah dipelajari atau diketahui pelanggan dari yang apa yang pernah diterimanya dimasa lalu.
4. Komunikasi eksternal (*external communications*), dapat berupa komunikasi langsung maupun tidak langsung yang dilakukan oleh penyedia layanan terhadap pelanggannya. Komunikasi eksternal ini memainkan peranan yang sangat penting dalam membangun komunikasi dengan pelanggan.

Sementara itu persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterimanya (*perceived service*) merupakan hasil dari serangkaian keputusan dan aktifitas internal penyedia layanan (manajemen).

Pada bagian bawah yang berkaitan dengan pihak penyedia layanan (manajemen), persepsi manajemen terhadap harapan pelanggan memandu keputusan menyangkut spesifikasi/standarisasi kualitas layanan yang harus

diikuti oleh perusahaan dan diimplementasikan dalam setiap aktifitas melayani pemohon.

Pada model *Servqual* ini, kualitas layanan dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan. Dengan menggunakan *Servqual*, menurut Zeithaml, et.al. (1990:21-22) kualitas pelayanan dapat diukur dalam 10 dimensi :

1. *Tangibles*, terdiri dari fasilitas fisik, peralatan, personel dan komunikasi.
2. *Reliability*, terdiri dari kemampuan unit pelayanan dalam menciptakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat.
3. *Responsiveness*, kemauan untuk membantu konsumen bertanggung jawab terhadap mutu pelayanan yang diberikan.
4. *Competence*, tuntutan dimilikinya pengetahuan dan ketrampilan yang baik oleh aparatur dalam memberikan pelayanan.
5. *Courtesy*, sikap atau perilaku ramah, bersahabat, tanggap terhadap keinginan konsumen, serta mau melakukan kontak atau hubungan pribadi.
6. *Credibility*, sikap jujur dalam setiap upaya untuk menarik kepercayaan masyarakat.
7. *Security*, jasa pelayanan yang diberikan harus dijamin bebas dari berbagai bahaya dan resiko.
8. *Access*, terdapat kemudahan untuk mengadakan kontak dan pendekatan.
9. *Communications*, kemauan memberi layanan untuk mendengarkan suara, keinginan atau aspirasi pelanggan, sekaligus kesediaan untuk selalu menyampaikan informasi baru kepada masyarakat.
10. *Understanding the customer*, melakukan usaha untuk mengetahui kebutuhan pelanggan.

Dalam perkembangannya dari 10 dimensi tersebut dapat disederhanakan menjadi 5 dimensi kualitas pelayanan :

1. *Tangibles*, penampilan para pegawai dan fasilitas fisik lainnya, seperti peralatan atau perlengkapan yang menunjang pelayanan.
2. *Reliability*, kemauan untuk memberikan secara tepat dan benar, jenis pelayanan yang telah dijanjikan kepada konsumen atau pelanggan.

3. *Responsiveness*, kesadaran atau keinginan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat.
4. *Assurance*, pengetahuan atau wawasan, sopan santun, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta respek terhadap konsumen.
5. *Empathy*, kemauan pemberi layanan untuk melakukan pendekatan, memberikan perlindungan, serta berusaha untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

Dimensi-dimensi kualitas pelayanan dapat pula menimbulkan kesenjangan antara pihak organisasi/perusahaan dengan pelanggan karena perbedaan persepsi mereka tentang wujud pelayanan. Hal ini terjadi karena layanan/jasa bersifat *intangible*, sehingga kesenjangan komunikasi dan pemahaman antara karyawan dengan pelanggan berdampak serius terhadap persepsi dan kualitas layanan.

Berdasarkan model kesenjangan kualitas pelayanan, ketidaksesuaian muncul dari lima macam kesenjangan yang dapat dibagi menjadi 2 kelompok, yaitu:

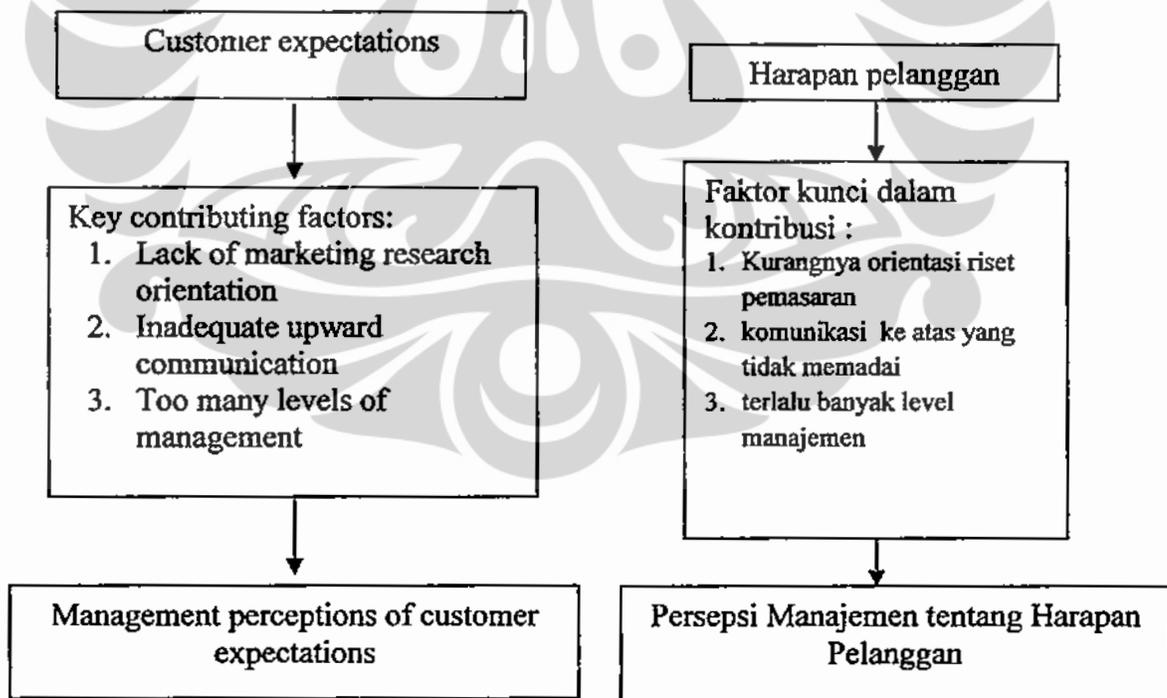
1. Satu kesenjangan (gap), yaitu kesenjangan kelima yang bersumber dari sisi penerima pelayanan (pelanggan).
2. Empat kesenjangan (gap), yaitu kesenjangan pertama sampai kesenjangan keempat yang bersumber dari sisi penyedia jasa (manajemen).

Untuk dapat memperoleh kualitas layanan yang bermutu, menurut teori *Servqual* dilakukan dengan cara mengurangi kesenjangan yang ada pada masing-masing gap. Jika kesenjangan pada masing-masing gap tereliminasi maka dipastikan pelanggan akan mendapatkan layanan sesuai dengan yang diharapkan. Berikut ini akan diuraikan gambaran mengenai masing-masing kesenjangan (gap).

GAP 1: Kesenjangan antara ekspektasi/harapan pelanggan dengan persepsi manajemen atas harapan konsumen (*knowledge gap*). Pada kenyataannya pihak manajemen suatu perusahaan/ organisasi tidak selalu dapat merasakan atau memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh para pelanggannya. Akibatnya manajemen tidak mengetahui bagaimana produk layanan seharusnya didesain dan

layanan pendukung (sekunder) apa saja yang diinginkan oleh pelanggan. Ada beberapa kemungkinan penyebab gap ini, antara lain:

- a. Kurangnya orientasi pada penelitian pemasaran (*lack of marketing research orientation*), terjadi karena tidak adanya riset penelitian mengenai kebutuhan pelanggan, informasi yang didapatkan dari riset penelitian kurang akurat, interpretasi yang kurang akurat atas informasi mengenai harapan konsumen.
- b. Tidak adanya komunikasi keatas (*inadequate upward communication*), terjadi karena buruknya aliran informasi ke atas dari staf kontak pelanggan ke pihak manajemen, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dengan pelanggan, dan kurangnya interaksi antara pimpinan dengan pegawai.
- c. Terlalu banyaknya jenjang manajerial (*too many levels of management*) yang dapat menghambat atau mengubah informasi yang disampaikan dari karyawan.

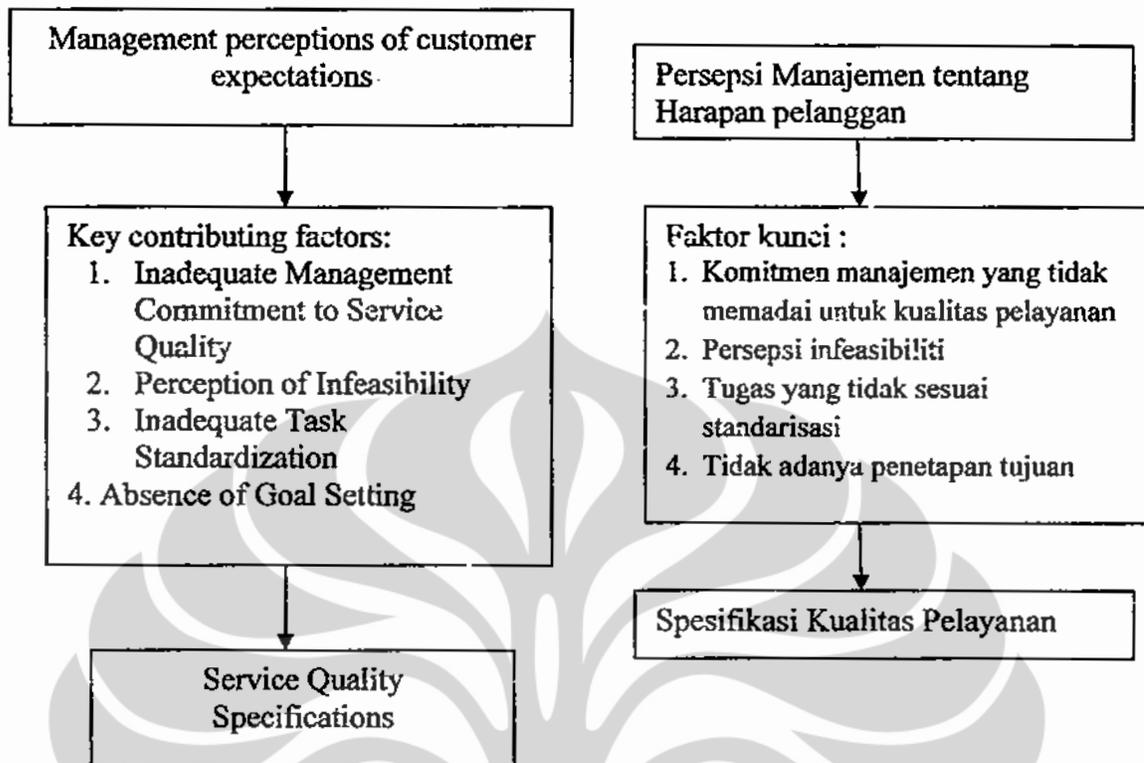


Gambar 2.2
Extended Model Gap 1
Sumber: Zeithaml, et.al (1990:52)

Gambar diatas menunjukkan kesenjangan antara harapan pelanggan dengan persepsi manajemen. Hal ini terjadi disebabkan kurang dilakukannya survei kebutuhan pasar atau kurang dimanfaatkannya hasil penelitian secara tepat serta kurang terjadinya komunikasi antara pihak manajemen dengan petugas penyedia pelayanan. Terakhir banyaknya jenjang birokrasi dalam unit pelayanan juga merupakan salah satu faktor munculnya kesenjangan ini

GAP 2: Kesenjangan antara persepsi manajemen atas harapan konsumen dengan standar kualitas layanan (*standards gap*). Kesenjangan ini terjadi manakala manajemen dapat memahami secara tepat apa yang diinginkan konsumen, tetapi mereka tidak mampu menerjemahkannya kedalam standarisasi layanan. Penyebab kesenjangan ini diantaranya adalah:

- a. Kurangnya komitmen manajemen terhadap kualitas pelayanan (*inadequate management commitment to service quality*), terjadi karena kurangnya dukungan dan komitmen manajemen puncak terhadap perencanaan kualitas layanan (SDM, teknologi, peralatan).
- b. Persepsi terhadap ketidaklayakan (*perception of infeasibility*), terjadi karena kesalahan dalam mempersepsikan suatu kelayakan yaitu kemampuan untuk memenuhi permintaan/harapan pelanggan.
- c. Tidak adanya standarisasi tugas (*inadequate task standardization*), terjadi karena tidak ada standarisasi tugas yang jelas, akibatnya para karyawan tidak memahami secara jelas tugasnya dan cenderung berbuat seenaknya.
- d. Tidak adanya penetapan tujuan (*absence of goal setting*), terjadi karena kesalahan perencanaan atau prosedur perencanaan tidak memadai sehingga mengakibatkan kurangnya penetapan tujuan yang jelas dalam organisasi.



Gambar 2.3

Extended Model Gap 2

Sumber : Zeithaml, et.al. (1990:72)

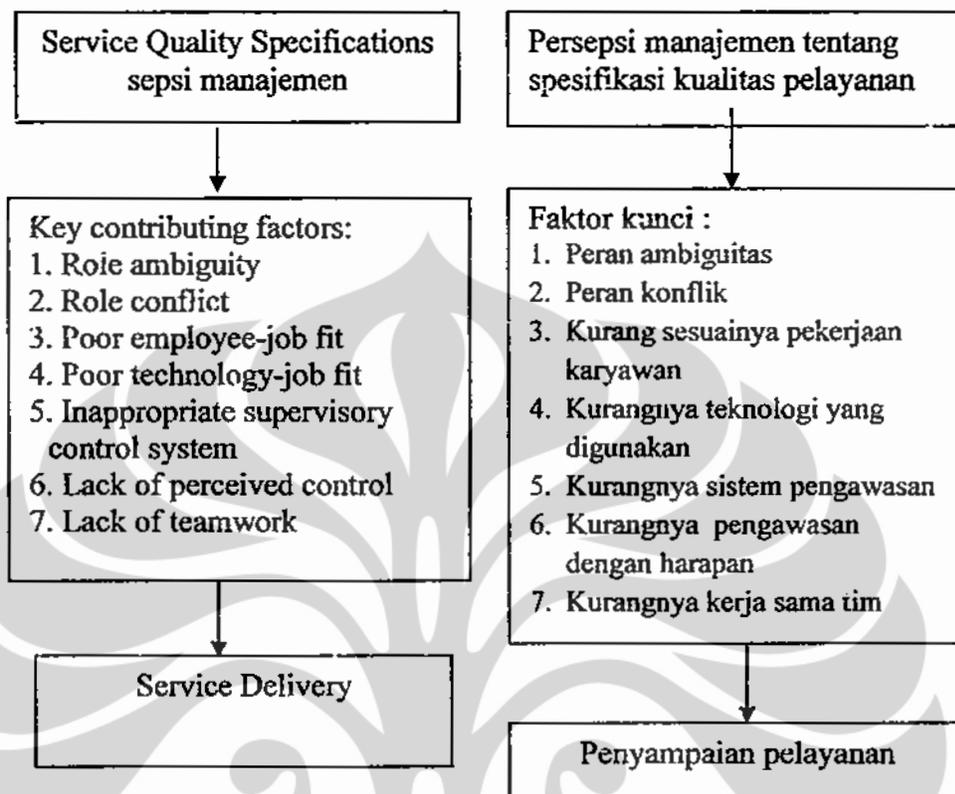
Kesenjangan yang terjadi dalam gambar diatas adalah kesenjangan antara persepsi manajemen dengan spesifikasi kualitas pelayanan. Kesenjangan ini terjadi ketika komitmen manajemen kurang dalam mewujudkan kualitas pelayanan, serta kurang tepatnya persepsi manajemen terhadap kualitas pelayanan yang diinginkan pelanggan, demikian pula tidak adanya standarisasi dalam penyediaan pelayanan, dan tidak adanya penetapan tujuan yang jelas dalam penyediaan pelayanan

GAP 3: Kesenjangan antara standar kualitas layanan dengan penyampaian layanan (*delivery gap*). Kesenjangan ini berarti standarisasi kualitas layanan tidak terpenuhi oleh kinerja baik dalam proses produksi maupun penyampaian layanan. Ada beberapa penyebab terjadinya kesenjangan ini, antara lain:

- a. Konflik peran (*role conflict*), terjadi karena para pegawai pemerintah selaku unsur yang melayani masyarakat (pelayanan publik), menghadapi persoalan atau dilema, antara mengutamakan

kepuasan pelanggan internal, terutama kepuasan para pemimpin organisasinya, atau harus mengutamakan kepentingan masyarakat. Selain itu juga beban kerja yang melampaui batas (terutama pada kelompok tertentu) mengakibatkan pelayanan tidak maksimal.

- b. Ambiguitas peran (*role ambiguity*), terjadi karena para pegawai tidak mengerti apa yang menjadi harapan pimpinannya dan bagaimana cara memenuhi harapan tersebut. Hal ini mungkin disebabkan pegawai kurang terlatih, kurang adanya pemberdayaan pegawai.
- c. Ketidaksesuaian pegawai dengan pekerjaan (*poor employee-job fit*), terjadi karena kemampuan pegawai tidak sesuai dengan tuntutan tugas yang tersedia sehingga tidak dapat melakukan pekerjaannya dengan baik.
- d. Ketidaksesuaian teknologi dengan pekerjaan (*poor technology-job fit*), terjadi karena teknologi yang dipergunakan sudah tidak layak untuk pelayanan (ketinggalan jaman).
- e. Tidak adanya sistem pengawasan pengendalian (*inappropriate supervisory control system*), terjadi karena kurang baiknya sistem evaluasi dan pengawasan, sehingga sistem penghargaan dan hukuman tidak dapat berjalan dengan baik.
- f. Kurangnya persepsi terhadap kendali (*lack of perceived control*), terjadi karena ketidakmampuan dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi, disebabkan karena kurangnya kesempatan bekerja sesuai kemampuan sendiri, tidak diberikan wewenang yang cukup, sehingga kerap kali pegawai bingung dalam penyelesaian permasalahan pelayanan.
- g. Kurangnya kerja sama tim (*lack of teamwork*), terjadi karena kurangnya semangat kerjasama dan kolaborasi antar tim, tidak terbiasa melakukan pemberdayaan dengan konsep *learning organization*.



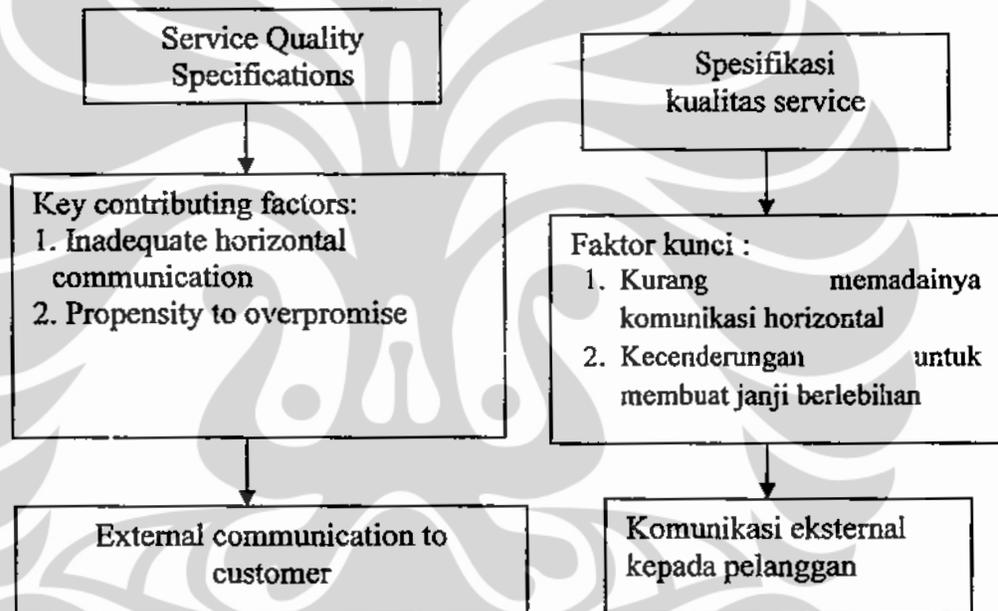
Gambar 2.4
Extended Model Gap 3
Sumber : Zeithaml, et.al. (1990:91)

Gambar diatas menunjukkan kesenjangan antara spesifikasi kualitas pelayanan dengan penyampaian pelayanan. Kesenjangan ini terjadi karena muncul peran dalam diri pegawai dalam hal keinginan untuk memenuhi harapan pimpinan. Selain itu teknologi yang tidak sesuai dalam mendukung pelayanan, tidak ada evaluasi dan penghargaan serta kurang kerjasama internal

GAP 4: Kesenjangan antara penyampaian layanan dengan komunikasi eksternal (*communication gap*). Kesenjangan ini berarti janji-janji yang disampaikan tidak konsisten dengan layanan yang diberikan kepada konsumen. Seringkali tingkat harapan konsumen dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh perusahaan. Resiko yang dihadapi oleh perusahaan adalah apabila janji yang diberikan ternyata tidak dapat dipenuhi, maka menyebabkan terjadinya persepsi

negatif terhadap kualitas layanan perusahaan. Adapun faktor penyebab kesenjangan ini antara lain:

- a. Kurangnya komunikasi horizontal (*inadequate horizontal communication*), terjadi karena kurangnya komunikasi antar karyawan, kurangnya komunikasi antar bagian sehingga sering terjadi adanya kebijakan yang tidak sejalan antar bagian.
- b. Kecenderungan untuk janji berlebihan (*propensity to overpromise*), terjadi karena kurangnya koordinasi antara aktifitas pemasaran eksternal dan operasi layanan.

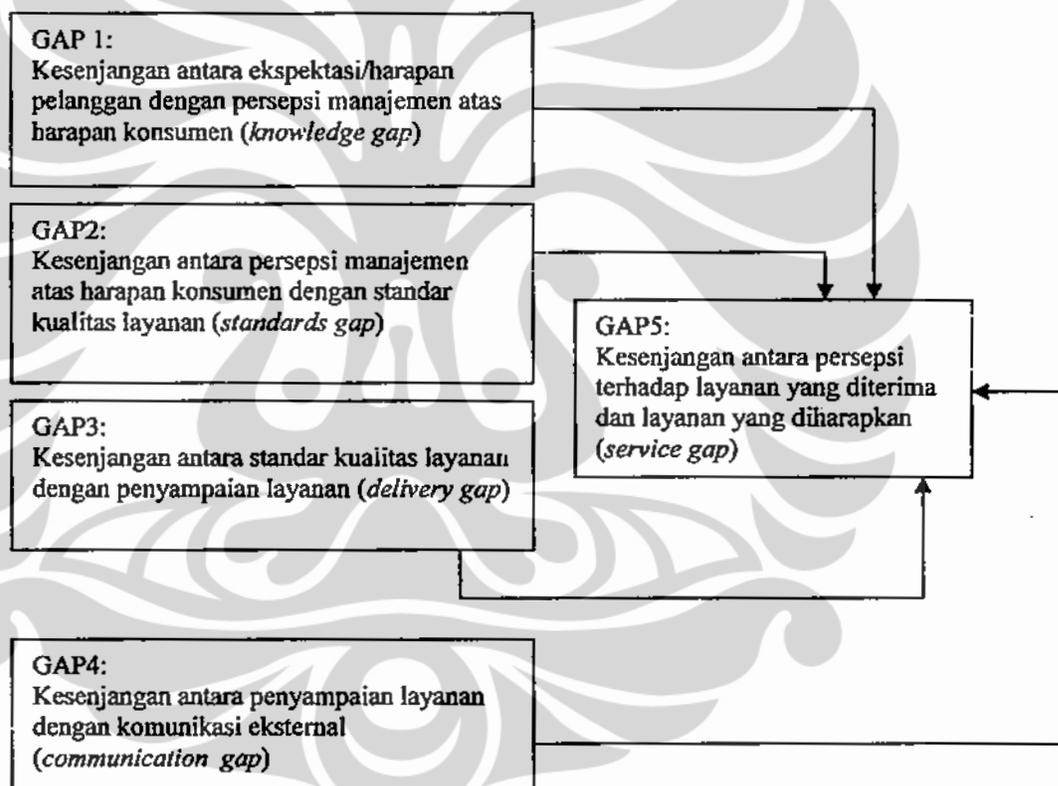


Gambar 2.5
Extended Model Gap 4
Sumber : Zeithaml, et.al. (1990:116)

Gambar diatas memperlihatkan kesenjangan antara komunikasi eksternal kepada pelanggan dengan proses penyampaian pelayanan. Penyebab dari kesenjangan ini adalah tidak adanya komunikasi horizontal dalam organisasi

GAP 5: Kesenjangan antara persepsi terhadap layanan yang diterima dan layanan yang diharapkan (*service gap*). Kesenjangan ini berarti bahwa

jasa yang dipersepsikan tidak konsisten dengan jasa yang diharapkan. Gap ini bisa menimbulkan sejumlah konsekuensi negatif seperti kualitas buruk dan masalah kualitas. Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja/prestasi perusahaan berdasarkan kriteria yang berbeda atau bisa juga mereka keliru menginterpretasikan kualitas jasa yang bersangkutan. Kesenjangan antara pelayanan yang diharapkan pelanggan dengan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan. Kesenjangan ini menunjukkan dan menggambarkan ukuran dari tingkat kepuasan masyarakat terhadap kinerja organisasi pelayanan.



Gambar 2.6
Extended Model Gap5
Sumber : Zeithaml, et.al. (1990:116)

Pelanggan memiliki hak untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan oleh penyedia pelayanan tersebut. Berdasarkan teori servqual, untuk mendapatkan kualitas layanan yang bermutu dapat dilakukan dengan cara mengurangi kesenjangan yang ada pada masing-masing unsur pelayanan. Jika

kesenjangan pada masing-masing gap tereliminasi maka dapat dipastikan pelanggan akan mendapatkan pelayanan sesuai dengan yang diharapkannya.

Gap yang diidentifikasi terdiri atas lima gap, yaitu gap 1 mengenai *knowledge gap*, gap 2 mengenai *standards gap*, gap 3 mengenai *deliveri gap*, gap 4 mengenai *communication gap*, dan gap 5 mengenai *service gap*. Masing-masing gap memiliki maksud dan tujuannya dalam rangka meminimalisir atau bahkan mengeliminir kesenjangan yang mungkin menyebabkan pelanggan tidak mendapatkan pelayanan sesuai dengan harapannya.

2.4. Kepuasan Pelanggan

2.4.1. Pengertian

Konsep kepuasan pelanggan muncul seiring dengan semakin mendapat perhatiannya gerakan konsumerisme baik di dunia bisnis maupun pemerintah. Pemasaran barang/jasa secara bebas dan canggih di negara liberal seperti Amerika itu telah menimbulkan mekanisme defensif dikalangan masyarakat dan mulai terdapatnya ketidakpercayaan akan informasi sepihak yang disampaikan para produser (privat maupun pemerintah). Mantan senator ILLIN Charles H. Percy dan didukung oleh Ralp Neder yang menggugah masyarakat lewat bukunya *Unsafe at Any Speed* dan Engel et.all dalam bukunya *Consumer Behavior* ed. (dalam Suksmaningsih, 1997) mengatakan, bahwa reaksi masyarakat luas terhadap kelalaian pemerintah (birokrasi) dan ketidakpedulian perusahaan dalam masyarakat terjadi karena faktor alienasi, di mana terjadi ketika sebab-sebab dasar yang mendorong ketidakpuasan pelanggan tidak ditangani secara serius atau penyelesaiannya dapat melegakan pelanggan tetapi hanya bersifat sementara, sehingga pada akhirnya kepuasan tetap tidak tercipta sebagaimana yang diharapkan.

Kepuasan itu sendiri sebagaimana dinyatakan oleh Koont (1989) adalah proses kejiwaan yang terjadi pada diri seseorang oleh karena keinginan dan kebutuhannya terpenuhi. Kepuasan mengacu pada pengalaman yang menyenangkan pada saat terpenuhinya suatu keinginan. Kepuasan merupakan hasil yang telah dicapai atau dialami.

Mengingat pelayanan pada hakekatnya diarahkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, berarti terdapat hubungan antara pelayan dengan pelanggan. Gasperz (1997) pelanggan adalah :

1. Orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita tergantung padanya
2. Orang yang membawa kita kepada keinginannya
3. Tidak seorang pun yang pernah menang beradu argumentasi dengan pelanggan
4. Orang yang teramat penting yang harus dipuaskan. Berdasarkan pengertian tersebut

Berdasarkan pengertian di atas, maka pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita (perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada kinerja kita.

Kepuasan pelanggan telah menjelma menjadi kosa kata wajib bagi setiap organisasi bisnis, nirlaba, konsultan bisnis, peneliti pemasaran, eksekutif bisnis dan dalam konteks tertentu, para birokrat dan politisi. Konsep ini hampir pasti selalu hadir di buku teks standar yang mengupas strategi bisnis dan pemasaran. Slogan dan motto perusahaan juga menyinggungnya. Ukuran kinerja bisnis pun demikian. Ini sebetulnya tidaklah mengherankan karena hasil studi berkesinambungan di bidang pemasaran menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan ukuran-ukuran kinerja finansial, seperti margin operasi (*Return On Investment (ROI)*), dan laba akuntansi. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap *shareholder value*, walaupun dampaknya bervariasi antarindustri dan antarperusahaan

Lebih lanjut, kepuasan pelanggan juga berpotensi memberikan sejumlah manfaat spesifik, di antaranya: (1) berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan; (2) berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan, terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling*, dan *up-selling*; (3) menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan, terutama biaya-biaya komunikasi pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan; (4) menekan volatilitas dan risiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan; (5) meningkatkan toleransi harga, terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok, (6) menumbuhkan

rekomendasi getok tular positif; (7) pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extensions*, *brand extensions*, dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan; serta (8) meningkatkan *bargaining power* relatif perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi

Richard L. Oliver (1997) menegaskan bahwa semua orang paham apa itu kepuasan, tetapi begitu diminta mendefinisikannya, tampaknya tak seorangpun tahu. Seperti halnya konsep-konsep manajemen lainnya, ada begitu banyak definisi yang berkembang untuk kepuasan pelanggan.

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

1. Kualitas produk : pelanggan merasa puas jika hasil pengamatan mereka menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas
2. Kualitas layanan; pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan layanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan
3. Emosional; pelanggan akan merasa bangga jika menggunakan produk yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan lebih tinggi
4. Harga; pelanggan akan puas jika produk yang berkualitas tinggi tapi dengan harga yang relatif murah
5. Biaya; pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan layanan atau produk

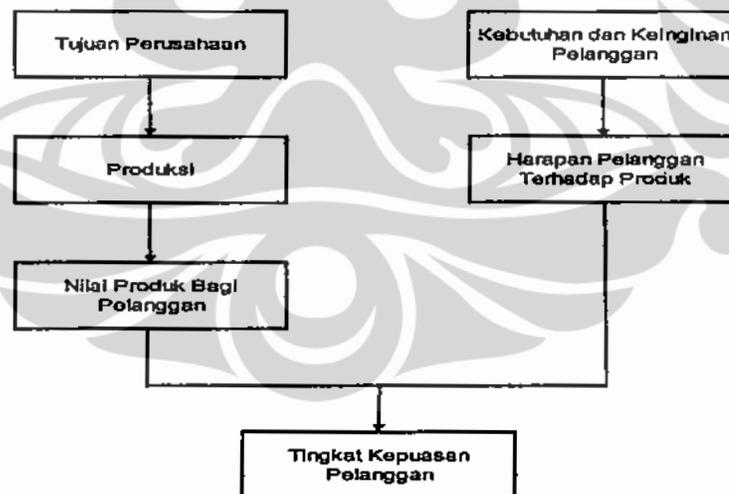
Berdasarkan kelima faktor diatas, maka perusahaan harus dapat mengadakan layanan yang berkualitas dan konsisten yang sesuai dengan harapan pelanggan. Dalam hal ini pelanggan akan membandingkan layanan yang dirasakan (*perceived services*) dengan layanan yang diharapkan (*expected services*). Jika layanan 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

2.4.2. Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui 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



Sumber: Tjiptono (1995:28)

Gambar : 2.7

Konsep Kepuasan Pelanggan

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 (1998) 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 Guarantess*, 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. Penangan 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 ditenahi dalam layanan saat ini
- Penyedia layanan akan mengetahui sumber masalah operasinya
- Karyawan dapat termotivasi untuk memberikan layanan yang berkualitas lebih baik

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama dilakukan oleh Ersita (2009) melakukan penelitian tentang analisis kualitas layanan berbasis teknologi informasi menggunakan pendekatan DMAIC six sigma pada direktorat jenderal HKI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan DMAIC six sigma diperoleh nilai sigma hasil perhitungan keseluruhan sebesar 1.27 dan 1.16 dimana nilai sigma ini berada dibawah 2 sigma, artinya kualitas layanan teknologi informasi di bawa rata-rata, perlu melakukan perbaikan dengan prioritas kepada kualitas informasi dan kualitas SDM.

Penelitian kedua dengan judul “ Kualitas Pelayanan Direktorat Hak Cipta, Desain Industri, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu dan Rahasia Dagang, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual” dilakukan oleh Morata Lumbanraja (2008). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kualitas pelayanan dalam hal ini pelayanan pendaftaran permohonan desain industri pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dan mengetahui masalah-masala yang menjadi kendala dalam proses pelayanan pendaftaran desain industri pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Hasil penelitian menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan di Direktorat Hak Cipta, Desain Industri, DTLST&RD, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual berdasarkan dimensi Servqual adalah dimensi Tangible, mempunyai tingkat kepuasan tertinggi dan Assurance mempunyai tingkat kepuasan yang terendah. Berdasarkan hasil

penelitian dengan menggunakan teori Mc Kinsey-7S, kendala pada aspek struktur harus lebih diperhatikan

Penelitian ketiga dilakukan oleh Ruslan Silondae (2002) dengan judul Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pensertifikatan Hak atas Tanah pada Kantor Pertanahan Kab. Pekalongan. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran secara umum tentang kualitas pelayanan pada kantor pertanahan Kabupaten Pekalongan, serta untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan pada kantor pertanahan Kabupaten Pekalongan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa korelasi kualitas SDM terhadap kualitas pelayanan ada hubungan yang positif dan signifikan. Hal ini didasarkan ada hasil hitung 0.417 dengan taraf signifikansi 0.001. Korelasi variabel sosialisasi terhadap kualitas pelayanan menunjukkan ada hubungan positif dan signifikan. Hal ini didasarkan pada hasil hitung 0.376 dengan taraf signifikansi 0.003. Korelasi variabel informasi terhadap kualitas pelayanan menunjukkan ada hubungan positif tetapi sangat lemah dan tidak signifikan. Hal ini didasarkan pada hasil hitung 0.143 dengan taraf signifikansi 0.275

2.6 Kerangka Pemikiran

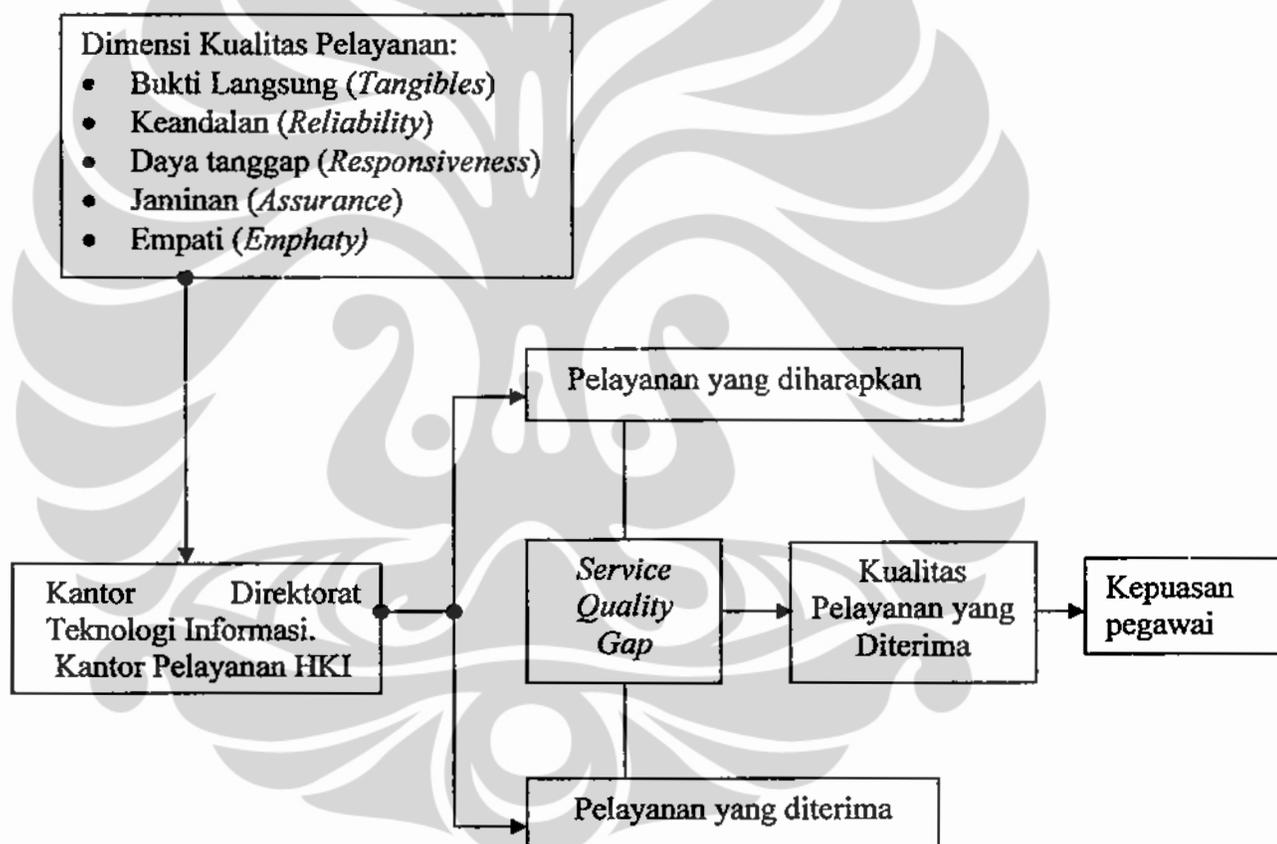
Kualitas pelayanan yang ditinjau dari kesenjangan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang dirasakan merupakan analisis kepuasan pelanggan akan kinerja pelayanan jasa atas harapannya. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Ditjen HKI merupakan selisih antara persepsi pelayanan yang diterima masyarakat sebagai pengguna jasa terhadap kinerja Kantor Pelayanan HKI sehingga hal tersebut menjadi landasan dalam meningkatkan kepuasan pelayanan Kantor Pelayanan HKI Jakarta yang meliputi 5 dimensi kualitas pelayanan. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Zeithaml dan Bitner (1996). Instansi seperti Kantor Pelayanan HKI sangat tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan. Mereka berpendapat bahwa pelayanan terdiri dari lima dimensi yaitu : kehandalan, responsif, keyakinan, berwujud dan empati. Sesuai dengan determinasi kualitas pelayanan yang dikembangkan Parasuraman.

Pelayanan yang diberikan Kantor Pelayanan HKI Jakarta berdasar lima dimensi tersebut di atas kepada masyarakat pengguna jasa diharapkan akan

menghasilkan kualitas pelayanan yang optimal. Hal tersebut terjadi karena tidak adanya kesenjangan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima perusahaan pengguna jasa.

Kesimpulan dan tanggapan masyarakat terhadap kelima dimensi di atas, dapat dijadikan sebagai salah satu dasar penentuan kebijakan selanjutnya. Selain kuesioner yang disebarakan dapat pula diketahui kepuasan masyarakat dengan melakukan analisis kualitatif berdasarkan jawaban kuesioner.

Untuk lebih memperjelas kerangka pemikiran dalam penelitian ini, maka dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.8
Kerangka Pemikiran

Dari yang tergambar dalam bagan kerangka pemikiran di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut, Dimensi kualitas pelayanan meliputi :

- a. Bukti langsung (*tangibles*), yaitu penampilan fisik, termasuk peralatan personal dan sarana

- b. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan instansi dalam menepati dan memenuhi janji-janji yang diberikan kepada pegawai secara meyakinkan.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu cepat tanggap dalam membaca dan melayani keinginan atau kebutuhan pegawai.
- d. Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kehandalan dan sopan santun pegawai serta dapat dipercaya dan percaya diri.
- e. Empati (*emphaty*), yaitu kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh personal atau individu dalam instansi kepada pegawai



BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif analistik dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan untuk pengukuran nilai-nilai skor ataupun gap pada variabel yang diteliti, sedangkan metode kualitatif digunakan untuk menganalisa hasil temuan dengan cara mengobservasi langsung objek penelitian.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna TI di lingkungan Ditjen HKI tidak termasuk Direktorat TI, dari data yang diperoleh pada Sub Direktorat Pendukung Sistem pada bulan Februari 2009 jumlah pengguna TI adalah 356 orang. Dengan menggunakan rumus Slovin untuk populasi sebanyak 356 orang, dengan ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel dalam penelitian sebesar 10% maka,

$$\text{Sampel (n)} = \frac{356}{1 + 356 (10\%)^2} = 78,07$$

Dari Rumus tersebut diperoleh nilai 78,07, kemudian dilakukan pembulatan sehingga bernilai 78. Dengan demikian sample pada penelitian ini berjumlah 78 orang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *proportionate stratified random sampling*, karena populasi mempunyai anggota yang tidak homogen dan berstrata secara proposional.(Bambang prasetro, 129). Dari sampel berjumlah 78 orang kemudian dibagi berdasarkan strata dalam

kelompok jabatan struktural, jabatan fungsional dan staf secara proposional. Rincian sampel penelitian diuraikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1
Rincian Sampel Penelitian

No	Kelompok	Populasi (orang)	Perhitungan	Jumlah Sampel (orang)
1.	Jabatan Struktural	74 pegawai	$74 \times 78/356 = 26,29$	26
2.	Jabatan Fungsional	120 pegawai	$120 \times 78/356 = 16,21$	16
3.	Pelaksana	162 pegawai	$162 \times 78/356 = 35,49$	36
Jumlah				78

Untuk menentukan responden pada tiap kelompok sampel dilakukan secara random, sehingga setiap anggota populasi pada masing-masing strata mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi sampel atau responden.

3.3. Instrumen penelitian

Intrumen penelitian untuk mencari persepsi dan harapan pemohon:

Tabel 3.2
Variabel *Service Quality*

No	Variabel / Dimensi	Indikator
1	<i>Tangibles</i> (tampilan fisik) penampilan fisik peralatan, personal dan alat-alat komunikasi. Hal itu meliputi penampilan karyawan, fasilitas fisik, peralatan dan perlengkapan yang digunakan dalam pelayanan. <i>Tangible</i> ini merupakan wujud dari suatu <i>service</i> atau jasa dari bangunan, interior, seragam pegawai, peralatan yang dipakai, dan sebagainya yang berwujud.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebersihan dan kenyamanan fasilitas fisik yang tersedia seperti ruang tunggu, toilet, kantin, dll 2. Media/ sarana informasi yang tersedia seperti website 3. Petugas/ pegawai berpenampilan rapi dan menggunakan identitas diri 4. Penggunaan peralatan modern seperti komputerisasi 5. Tersedia fasilitas umum yang memadai seperti : toilet, kantin, fotokopi, mushola, telepon umum

<p><i>Reliability</i> (keandalan) kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan secara akurat. Hal ini meliputi pelayanan pada waktu yang telah direncanakan/ditetapkan, akurat dalam perhitungan dan menjaga pelayanan dengan baik dan benar.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 6. Kemampuan petugas/pegawai membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi pengguna pengguna dengan cepat 7. Ketelitian dan keakuratan petugas/ pegawai dalam menangani berkas/ dokumen 8. Kemampuan petugas/pegawai dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan 9. Prosedur permohonan mudah dan tidak berbelit-belit
<p><i>Responsiveness</i> (daya tanggap) tanggapan yang cepat dalam memberikan bantuan kepada konsumen dan melaksanakan pelayanan tersebut secara layak. Hal itu meliputi pemberian pelayanan secara tepat dan cepat dan mengatur perjanjian atau penerimaan konsumen dengan cepat dan benar.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 10. Petugas cepat tanggap melayani pengguna 11. Petugas segera memberi respon dan menindaklanjuti keluhan yang disampaikan pengguna 12. Petugas memberikan informasi yang jelas berkaitan dengan kerusakan 13. Petugas mau membantu dan memberikan solusi/jalan keluar kepada pengguna yang mengalami kesulitan/ permasalahan
<p><i>Assurance</i> (jaminan) pengetahuan atau wawasan, sopan santun, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta respek terhadap pegawai.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 14. Petugas bersikap sopan dan sabar dalam melayani pengguna 15. Sikap dan pengetahuan petugas cukup profesional dan percaya diri dalam menjawab pertanyaan pengguna 16. Berkas/dokumen dikelola dengan baik sehingga tidak tertukar/hilang 17. Tidak ada perbedaan pelayanan dari petugas/ pegawai kepada pengguna tertentu
<p><i>Empathy</i> (empati) kepedulian dan pemberian perhatian secara individu kepada konsumen. Termasuk didalamnya adalah mengerti apa yang diinginkan konsumen. Hal ini meliputi kegiatan mempelajari keinginan konsumen, memberikan perhatian secara individu kepada konsumen, dan mengenal konsumen secara lebih dekat lagi.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 18. Petugas/pegawai sangat peduli terhadap kebutuhan para pengguna 19. Petugas dalam melayani pengguna, petugas/pegawai memberikan kenyamanan kepada semua pengguna 20. Petugas/pegawai selalu bersikap simpatik yang ditunjukkan dengan gerak-gerik dan tutur kata

3.4. Operasional Konsep

Kualitas jasa sangat ditentukan oleh pengguna jasa. Untuk dapat memenuhi kualitas pelayanan yang dapat memenuhi keinginan/harapan para pengguna jasa, sehingga keinginan/harapan mereka bisa terpuaskan oleh penyedia jasa, maka pihak penyedia jasa harus menyediakan atau mengadakan berbagai dimensi kualitas pelayanan beserta faktor-faktornya. Menurut Valeria A. Zeithamal, et.al (1990:25), ada lima dimensi kualitas pelayanan yang harus dipenuhi oleh penyedia jasa untuk dapat menilai kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan jasa. Kelima dimensi kualitas tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Reliability* (dapat dipercaya)

The ability to perform promised serviced dependably and occurately, involves, consistency of performace and dependability. Artinya, kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan secara akurat. Hal ini meliputi pelayanan pada waktu yang telah direncanakan/ditetapkan, akurat dalam perhitungan dan menjaga pelayanan dengan baik dan benar.

2. *Responsiveness* (cepat tanggap)

The willingness to help customers and to provide service concern the willingness or readingness of employees to provide service. Artinya, tanggapan yang cepat dalam memberikan bantuan kepada konsumen dan melaksanakan pelayanan tersebut secara layak. Hal itu meliputi pemberian pelayanan secara tepat dan cepat dan mengatur perjanjian atau penerimaan konsumen dengan cepat dan benar.

3. *Assurance* (jaminan)

The knowledge and courtesy of employees and their ability to convey trust and confidence. Artinya, pengetahuan dan ketrampilan serta tata krama karyawan serta kemampuan mereka untuk mengembangkan kepercayaan dan keyakinan atau tingkat kesopansantunan yang harus dimiliki karyawan di samping kemampuan mereka menawarkan kepercayaan dan rasa percaya diri pada pihak konsumen.

4. *Empathy* (empati)

The provision or caring, individualized attention to customers, it involves making the effort to understand their customer's needs. Artinya, kepedulian dan pemberian perhatian secara individu kepada konsumen. Termasuk didalamnya adalah mengerti apa yang diinginkan konsumen. Hal ini meliputi kegiatan mempelajari keinginan konsumen, memberikan perhatian secara individu kepada konsumen, dan mengenal konsumen secara lebih dekat lagi.

5. *Tangibles* (berwujud)

The appearance of physical facilities, equipment, personnel and communication. Artinya, penampilan fisik peralatan, personal dan alat-alat komunikasi. Hal itu meliputi penampilan karyawan, fasilitas fisik, peralatan dan perlengkapan yang digunakan dalam pelayanan. *Tangible* ini merupakan wujud dari suatu *service* atau jasa dari bangunan, interior, seragam pegawai, peralatan yang dipakai, dan sebagainya yang berwujud.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data (Arikunto, 1995:135). Data yang dikumpulkan dalam penelitian digunakan untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan, karena data yang diperoleh akan dijadikan landasan dalam mengambil kesimpulan. Dalam mengumpulkan data dilakukan dengan cara:

a. Kuesioner

Untuk mengumpulkan data digunakanlah kuesioner atau angket, yaitu berupa daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai permintaan. Angket yang digunakan berupa angket tertutup (angket berstruktur) dimana angket disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberi tanda silang (x) atau checklist (V). Untuk mengumpulkan data mengenai persepsi dan harapan konsumen dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para pemohon pendaftaran merek, yang terdiri dari para konsultan HKI dan pemohon

pribadi. Sedangkan untuk mengumpulkan data mengenai persepsi manajemen dan standar kualitas layanan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pihak manajemen, dalam hal ini para eselon 3 dan 4 pada Direktorat Merek. Untuk mengumpulkan data mengenai penyampaian layanan dan komunikasi eksternal dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para pegawai kontak personal dan juga para pegawai lainnya pada Direktorat Teknologi Informasi.

3.6. Teknik Pengolahan Data

Importance-Performance Analysis di gunakan sebagai teknik analisis data guna menghasilkan kualitas pelayanan untuk melihat apakah ada kesenjangan (*gap*) antara kualitas pelayanan yang diberikan dengan yang diharapkan masyarakat pengguna jasa. Berdasarkan skor rata-rata tingkat persepsi pelayanan yang merupakan kinerja perusahaan dan skor rata-rata harapan yang merupakan kepentingan masyarakat dapat diaplikasikan dalam diagram Cartesius (Kotler, 2003)

Pada penelitian ini data yang terkumpul akan diolah menggunakan alat bantu berupa software *SPSS (Statistical Product and Service Solution)* versi 17 for windows and excel. Penggunaan software ini memudahkan penghitungan dalam mencari statistik deskriptif seperti mean, standar deviasi, distribusi frekuensi, dan lain-lain.

3.6.1. Uji Validitas

Berkaitan dengan pengujian validitas instrumen, Arikunto (1995:63-69) menjelaskan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Data disebut valid apabila pertanyaan pada suatu kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir, dengan pengukuran validitas *Pearson Product Moment*.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilaksanakan dengan dua cara yaitu validitas isi (*content validity*) dan validitas konstruksi (*construct validity*). Validitas isi dilakukan dengan mengkonsultasikan daftar pertanyaan kepada para pakar yang mengetahui masalah yang sedang diteliti dan validitas konstruksi dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut (Sugiyono, 2008):

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

Nilai r_{xy} dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan signifikansi 5 % jika r lebih besar dari r_{tabel} maka butir tersebut dinyatakan valid.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda, dapat dipercaya atau andal. Penelitian ini menggunakan pengukuran reliabilitas *Alpha Cronbach*.

Data disebut *reliable* jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini digunakan formula koefisien alpha cronbach. Reliabilitas suatu instrumen dapat diterima apabila memiliki koefisien reliabilitas minimal 0,5. Hal ini berarti bahwa instrumen dapat digunakan sebagai pengumpul data yang handal, jika telah memiliki koefisien reliabilas besar atau sama dengan 0,5 (Sugiyono:2008).

Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$r_{ii} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

keterangan :

- r_{ii} = Koefisien reliabilitas instrumen.
 k = Banyaknya butir pernyataan.
 $\sum S_i^2$ = Jumlah varian butir.
 S_t^2 = Varian total.

3.6.3 Teknik Analisis Data Kuantitatif

Teknik analisis data terhadap dimensi kepuasan pelanggan

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yaitu pengumpulan data melalui daftar pertanyaan yang akan diisi atau dijawab oleh responden.

Dalam menjawab rumusan masalah yang dikaji maka digunakan alat analisis untuk mengetahui tingkat kepentingan dan kepuasan pemohon melalui analisis servqual.

Untuk menganalisis data di dalam penelitian ini dengan menggunakan skala likert yang berisi pernyataan yang sistematis untuk menunjukkan sikap seseorang responden terhadap pernyataan itu (Prasetyo Bambang dan Jannah Miftahul Lina, 2008:110), yang terdiri dari lima tingkat penilaian yaitu sangat setuju, setuju, cukup setuju, kurang setuju, tidak setuju. Skala ini mempunyai gradasi dari sangat negatif dari sebelah kiri (dengan angka rendah) sampai dengan dengan positif pada sebelah kanan (dengan angka tinggi).

Bobot dari kelima penilaian kualitas pelayanan yang diberikan oleh Direktorat paten dan dirasakan oleh pelanggan diberi bobot sebagai berikut:

Jawaban sangat setuju diberi nilai 5

Jawaban setuju diberi nilai 4

Jawaban cukup setuju diberi nilai 3

Jawaban kurang setuju diberi nilai 2

Jawaban tidak setuju diberi nilai 1

Untuk bobot dari kelima penilaian kepentingan yang diharapkan pelanggan adalah sebagai berikut:

Jawaban sangat penting diberi nilai 5

Jawaban penting diberi nilai 4

Jawaban cukup penting diberi nilai 3

Jawaban kurang penting diberi nilai 2

Jawaban tidak penting diberi nilai 1

Rumus yang digunakan untuk mengukur skor tingkat pelayanan dengan metode *service quality* berdasarkan konsep yang dikembangkan oleh Valerie, A. Zeithaml, A. Parasuraman dan Leonard L. Berry sebagai berikut:

$$\text{Service Quality Score} = \text{Perception Score} - \text{Expectation}$$

Atau

$$KL = P - H$$

Dimana KL = Skor Kualitas pelayanan

P = Skor Persepsi

H = Skor Harapan

Perhitungan tingkat pelayanan adalah sebagai berikut:

$P - H = 0$ berarti tingkat pelayanan sama dengan yang diharapkan pelanggan.

$P - H > 0$ berarti tingkat pelayanan sangat memuaskan pelanggan.

$P - H < 0$ berarti tingkat pelayanan lebih rendah dari yang diharapkan oleh pelanggan.

Sedangkan untuk menghitung tingkat pelayanan masing-masing dimensi, dengan menggunakan rumus rata-rata atau nilai tengah sebagai berikut:

$$Y = \frac{(1 \times R_1) + (2 \times R_2) + (3 \times R_3) + (4 \times R_4) + (5 \times R_5)}{(R_1 + R_2 + R_3 + R_4 + R_5)}$$

Dimana:

Y = nilai skor rata-rata kelompok

Angka 1-5 = skor

R_1, R_2, R_3, R_4, R_5 , = jumlah responden yang memilih skor 1-5

$R_1 + R_2 + R_3 + R_4 + R_5$ = jumlah responden secara keseluruhan.

BAB 4 GAMBARAN UMUM

Hak Kekayaan Intelektual adalah hak yang timbul bagi oleh pikir otak yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna bagi manusia. Pada intinya HKI adalah hak menikmati hasil dari kreativitas intelektual. Sistem HKI merupakan hak privat atau hak eksklusif yang diberikan Negara kepada individu pelaku HKI (inventor, pencipta, pendesain dan sebagainya), dimaksudkan sebagai penghargaan hasil karyanya dan diharapkan untuk kedepannya dapat lebih mengembangkan karyanya lagi sehingga sistem HKI juga menjadi kepentingan masyarakat dalam mekanisme pasar.

Perkembangan perdagangan global dalam dua dasawarsa terakhir telah membuktikan bahwa hak kekayaan intelektual telah menjadi salah satu komponen yang sangat penting dalam menunjang pertumbuhan ekonomi suatu bangsa. Dimasukkannya persetujuan mengenai aspek-aspek HKI yang terkait dengan perdagangan sebagai salah satu bagian dari paket Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Se-dunia merupakan bukti nyata semakin pentingnya peran HKI dalam perdagangan.

Keberadaan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan sesuatu yang *given* dan *inherent* dalam sebuah masyarakat industri dan senantiasa mengikuti dinamika perkembangan masyarakat dan bangsa Indonesia yang mau tidak mau akan bersinggungan dan terlibat langsung dengan masalah HKI. Secara umum HKI dapat dibagi dalam dua kategori yaitu Hak Cipta dan Hak Kekayaan Industri. Hak Kekayaan Industri meliputi Paten, Merek, Desain Industri, Desain tata Letak Sirkuit Terpadu, Rahasia Dagang dan Varietas Tanaman.

Indonesia sebagai negara berkembang harus mampu mengambil langkah-langkah yang tepat untuk dapat mengantisipasi segala perubahan perkembangan serta kecenderungan global sehingga tujuan nasional tercapai. Salah satu langkah penting yang dilakukan adalah penguatan sistem HKI yang efektif dan kompetitif secara Internasional. Indonesia ikut serta sebagai anggota

WTO (*World Trade Organization*) yang mengharuskan Indonesia menyesuaikan segala peraturan perundangan di bidang HKI dengan standar TRIP's (*Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights*) yang dimulai tahun 1997 dan diperbaharui kemudian pada tahun 2000 dan 2001.

Permasalahan HKI seperti aspek teknologi, industri, sosial, budaya, dan berbagai aspek lainnya termasuk didalamnya aspek hukum yang diharapkan mampu mengatasi permasalahan hukum yang terjadi berkaitan dengan HKI tersebut. Hukum harus dapat memberikan perlindungan bagi karya intelektual, sehingga mampu mengembangkan daya kreasi masyarakat yang akhirnya bermuara pada tujuan berhasilnya perlindungan HKI.

Aspek teknologi merupakan faktor yang sangat dominan dalam perkembangan dan perlindungan HKI. Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat saat ini telah menyebabkan dunia terasa semakin sempit, informasi sangat dengan mudah dan tersebar ke pelosok dunia. Pada keadaan seperti ini HKI menjadi semakin penting karena HKI merupakan hak monopoli yang dapat digunakan untuk melindungi investasi dan dapat dialihkan haknya.

4.1. Sejarah Singkat Ditjen HKI

Instansi yang berwenang dalam mengelola jasa hukum dibidang HKI di Indonesia adalah Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) yang berada di bawah Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. Pelayanan jasa hukum sesungguhnya sudah ada sejak jaman Belanda. Pertama kali didaftar merek pada tanggal 10 Januari 1894 di Batavia oleh *Hulpbureua Voor den Industrieelen Eigendom* dibawah *Department Van Justitie* yang waktu itu hanya khusus menangani pendaftaran merek. Berdasarkan Stbl. 1924 no. 576 ayat 2 ruang lingkup *Department Van Justitie* meliputi pula bidang milik perindustrian.

Berikut adalah sejarah singkat Ditjen HKI :

1. Tahun 1948 pada masa kemerdekaan RIS bernama Kantor Milik Perindustrian yang terdiri atas Bagian Pendaftaran Cap Dagang dan Bagian Perlindungan atas pendapatan-pendapatan baru (Octrooi).
2. Tahun 1964 berdasarkan Keputusan Menteri Kehakiman no. J.s.4/4/4 tentang Tugas dan Organisasi Departemen Kehakiman yang disempurnakan dengan Keputusan Menteri Kehakiman no. J.s.4/4/24 tanggal 27 Juni 1965, nama Kantor Milik Perindustrian diganti menjadi Direktorat Urusan Paten yang bertugas menyelenggarakan peraturan-peraturan mengenai perlindungan penemuan dan penciptaan.
3. Tahun 1966 Presidium Kabinet mengeluarkan keputusan no. 75/U/Kep/11/1966 tentang Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas Departemen. Direktorat Urusan Paten Berubah menjadi Direktorat Paten.
4. Tahun 1969 melalui Keputusan Presiden no. 39 tahun 1969 dibentuk Direktorat Jenderal Pembinaan Badan-badan Peradilan yang dipecah menjadi Direktorat Jenderal Pembinaan Badan-badan Peradilan dan Direktorat Jenderal Pembinaan Hukum yang mencakup Direktorat Paten.
5. Tahun 1975 Direktorat Paten berubah menjadi Direktorat Paten dan Hak Cipta di bawah Direktorat Jenderal Hukum dan Perundang-undangan. Susunan Direktorat Paten dan Hak Cipta meliputi; bagian tata usaha, sub direktorat merek, sub direktorat paten, sub direktorat hak cipta, sub direktorat hukum perniagaan dan industry, sub pendaftaran lisensi dan pengumuman
6. Tahun 1988 berdasarkan Keputusan Presiden RI no. 32 tahun 1988 Direktorat Paten dan Hak Cipta dipisahkan dari Direktorat Jenderal Hukum dan Perundang-undangan dan dikembangkan menjadi Sekretariat Direktorat Jenderal, Direktorat Hak Cipta, Direktorat Paten, dan Direktorat Merek.
7. Tahun 1998 berdasarkan Keputusan Presiden RI no. 144 tahun 1998 telah disetujui perubahan nama organisasi Direktorat Jenderal Hak Cipta. Paten dan Merek menjadi Direktorat Jenderal Hak atas Kekayaan Intelektual.

Tahun 1999 berdasarkan keputusan Menteri Kehakiman RI no. M.03.PR.07.10 tahun 1999 penambahan direktorat terdiri atas; Sekretariat Direktorat Jenderal, Direktorat Hak Cipta, Topografi Sirkuit Terpadu dan Desain Produk, Direktorat Paten, Direktorat Merek dan Rahasia Dagang, Direktorat Kerja sama dan Pengembangan Informasi HKI

Khusus untuk mengelola informasi HKI Ditjen HKI memiliki Direktorat Teknologi Informasi. Dengan adanya sistem informasi HKI yang integral dan mudah diakses oleh masyarakat, diharapkan tingkat permohonan pendaftaran HKI di Indonesia semakin meningkat. Masyarakat dapat memanfaatkan sarana website Ditjen HKI dalam mencari informasi seputar HKI dan penegakkan hukumnya. Pada website juga terdapat link untuk melihat perpustakaan digital HKI, daftar statistik permohonan HKI, dan berita lainnya seputar HKI dan kasus pelanggaran HKI yang terjadi pada skala nasional dan Internasional

Sinergi antara sistem informasi dan penegakan hukum HKI yang integral pada akhirnya akan membawa bangsa Indonesia kepada kehidupan yang lebih beradab, yang menghormati hasil karya cipta orang lain. Peran serta dan dukungan masyarakat yang secara aktif tetap merupakan kunci sukses dalam penegakan hukum HKI secara keseluruhan.

4.2. Visi dan Misi Ditjen HKI

Adapun visi dan misi Ditjen HKI adalah sebagai berikut :

1. Visi Ditjen HKI adalah terciptanya sistem HKI yang efektif dan kompetitif secara internasional, yang menopang pembangunan nasional dan membantu peningkatan kesejahteraan bangsa
2. Misi Ditjen HKI adalah mengelola sistem HKI dengan memberikan perlindungan, penghargaan, dan pengakuan kreatifitas; mempromosikan teknologi, investasi yang berbasis ilmu pengetahuan dan pertumbuhan ekonomi; dan merangsang pertumbuhan karya dan budaya yang inovatif dan inventif.

4.3. Tugas Pokok, Fungsi dan Susunan Organisasi Ditjen HKI

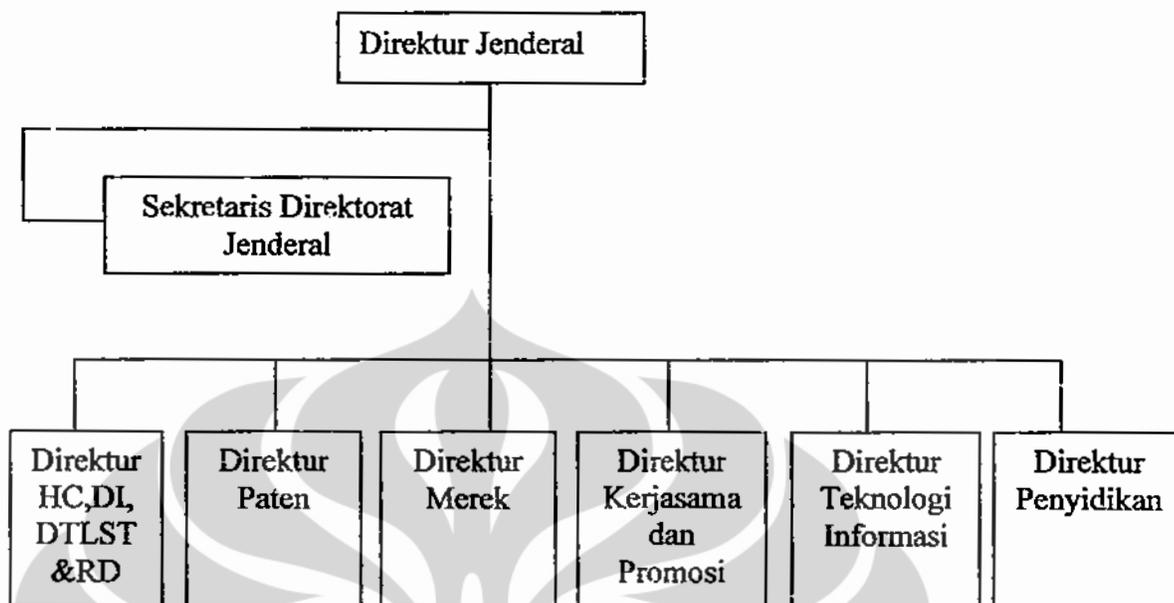
Tugas pokok Ditjen HKI adalah merumuskan dan melaksanakan kebijakan dan standarisasi teknis di bidang hak kekayaan intelektual. Fungsi Ditjen HKI adalah:

1. Menyiapkan perumusan kebijakan Departemen di bidang hak cipta, desain industri, desain tata letak sirkuit terpadu dan rahasia dagang, paten, merek, kerja sama dan pengembangan serta teknologi informasi
2. Melaksanakan kebijakan di bidang hak cipta, desain industri, desain tata letak sirkuit terpadu dan rahasia dagang, paten, merek, kerja sama dan pengembangan serta teknologi informasi
3. Merumuskan standar, norma, pedoman, kriteria dan prosedur di bidang hak cipta, desain industri, desain tata letak sirkuit terpadu dan rahasia dagang, paten, merek, kerja sama dan pengembangan serta teknologi informasi
4. Memberikan bimbingan teknis dan evaluasi; dan
5. Melaksanakan administrasi Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual

Susunan organisasi Ditjen HKI berdasarkan peraturan menteri hukum dan HAM RI No. M.09-PR.07.10 tahun 2007. Ditjen HKI terdiri dari 6(enam) direktorat yaitu:

1. Sekretariat direktorat jenderal
2. Direktorat hak cipta, desain industri, desain tata letak sirkuit terpadu dan rahasia dagang
3. Direktorat paten
4. Direktorat kerja sama dan pengembangan
5. Direktorat teknologi informasi

Gambar struktur organisasi Ditjen HKI sebagai berikut



Gambar 4.1.

Struktur Organisasi Ditjen HKI

Sumber : www.dgip.go.id

4.3.1. Direktorat Teknologi Informasi

Untuk merencanakan, melaksanakan dan mengawasi layanan teknologi informasi, Ditjen HKI memiliki unit khusus yaitu Direktorat teknologi informasi. Direktorat teknologi informasi memiliki tugas melaksanakan sebagian tugas Ditjen HKI di bidang informasi berdasarkan kebijakan teknis yang ditetapkan Direktur Jenderal. Untuk melaksanakan tugas tersebut, direktorat teknologi informasi memiliki fungsi:

1. Menyiapkan rancangan kebijakan teknis di bidang teknologi informasi
2. Melaksanakan pengembangan sistem teknologi informasi
3. Melaksanakan pendukung sistem teknologi informasi
4. Mengelola dokumentasi hak kekayaan intelektual
5. Melaksanakan manajemen kontrak teknologi informasi
6. Melaksanakan evaluasi penggunaan teknologi informasi
7. Mengelola urusan tata usaha dan rumah tangga direktorat teknologi informasi

4.4. Data Pegawai Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual

4.4.1. Komposisi Pegawai

Berdasarkan data yang diambil dari Bagian Kepegawaian Ditjen HKI periode 2009 komposisi pegawai Ditjen HKI berdasarkan eselon dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1.

Komposisi Pegawai Berdasarkan Eselon

Urutan Eselon	Jumlah
Eselon I (Direktur Jenderal)	1
Eselon II (Direktur)	6
Eselon III (Kepala Subdirektorat/ Kepala Bagian)	26
Eselon IV (Kepala Seksi/Kepala Subbagian)	62
Non Eselon (staf)	420
Total	515

Sumber : Bagian Kepegawaian, Ditjen HKI

4.4.2. Distribusi Pegawai

Pegawai Ditjen HKI tersebar ke dalam unit-unit direktorat yang dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.2.

Distribusi Pegawai Ditjen HKI

Unit Direktorat	Jumlah
Sekretariat Ditjen HKI	96
Direktorat HC, DI, DTLST, dan RD	68
Direktorat Paten	129
Direktorat Merek	144
Direktorat Kerjasama dan Pengembangan	40
Direktorat Teknologi Informasi	38
Total	515

sumber : Bagian Kepegawaian, Ditjen HKI

4.5. Perangkat Lunak atau Aplikasi Ditjen HKI

4.5.1. Website Ditjen HKI

website Ditjen dapat diakses dengan alamat www.dgip.go.id. semua informasi terkait penegakan hukum HKI, prosedur pendaftaran HKI, Undang-Undang HKI, database ada dalam website ini



Gambar 4.3.

Tampilan Muka Website Ditjen HKI

4.5.2. IPDL

IPDL singkatan dari Intellectual Property Digital Library adalah sebuah perpustakaan digital yang sifatnya online dapat diakses masyarakat dalam memperoleh informasi HKI

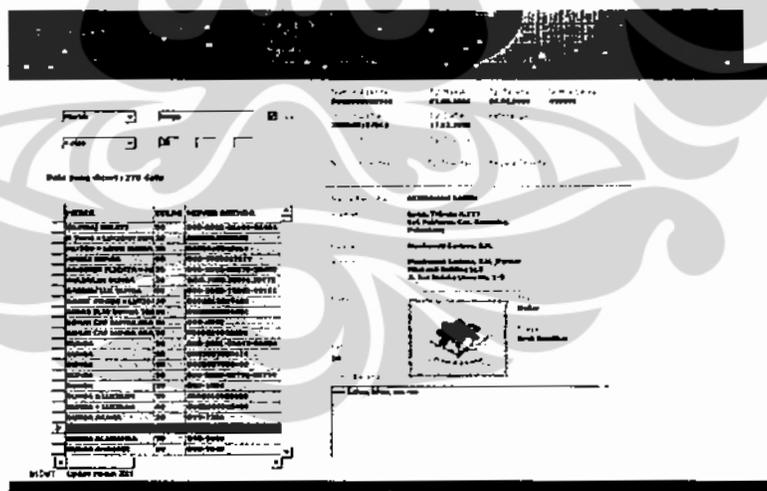


Gambar 4.4.

Tampilan Muka IPDL

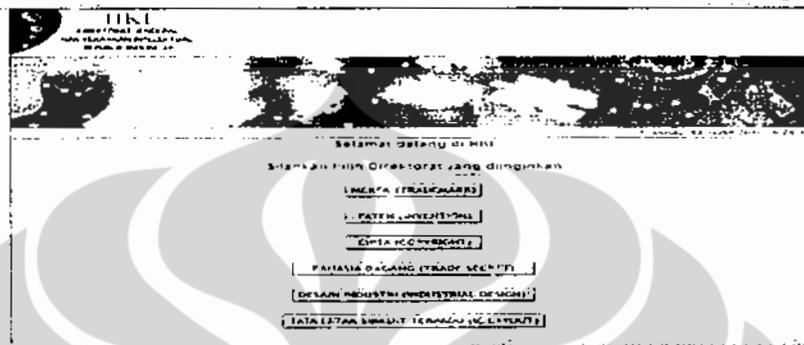
4.5.3. Aplikasi Merek

Aplikasi Merek adalah perangkat lunak yang digunakan membantu pengguna dalam melakukan administrasi pendaftaran merek masyarakat



4.5.4. Aplikasi Paten

Aplikasi paten adalah perangkat lunak yang digunakan membantu pengguna dalam melakukan administrasi pendaftaran paten masyarakat.



Gambar 4.5.

Tampilan Muka Aplikasi Paten

4.5.5. Aplikasi Desain Industri

Aplikasi desain industri adalah perangkat lunak yang digunakan membantu pengguna dalam melakukan administrasi pendaftaran desain industri masyarakat. berikut adalah tampilan muka aplikasi desain industri Ditjen HKI

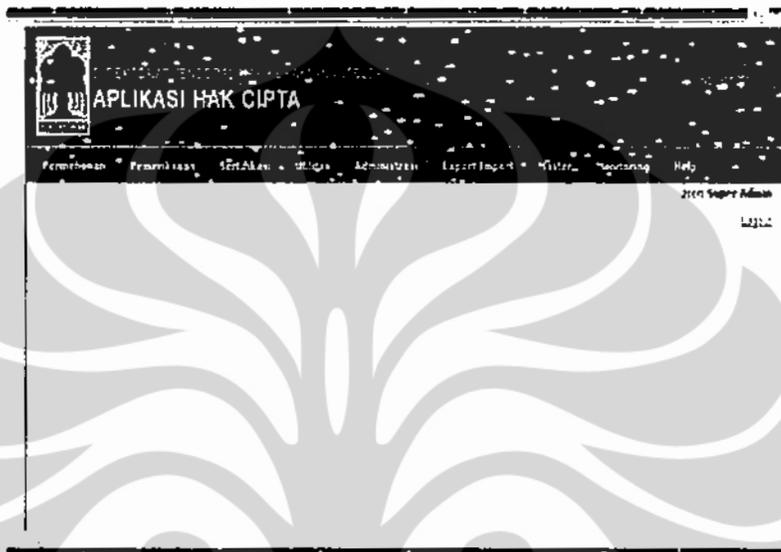


Gambar 4.6.

Tampilan Muka Aplikasi Desain Industri

4.5.6. Aplikasi Cipta

Aplikasi cipta adalah perangkat lunak yang digunakan membantu pengguna dalam melakukan administrasi pendaftaran cipta masyarakat. Berikut adalah tampilan muka aplikasi cipta Ditjen HKI



Gambar 4.7.

Tampilan Muka Aplikasi Cipta

BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Subyek dan Objek Penelitian

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *proportionate stratified random sampling*, karena populasi mempunyai anggota yang tidak homogen dan berstrata secara proposional. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang ditetapkan berdasarkan rumus Slovin adalah sejumlah 78 responden.

Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini antara pengguna TI di lingkungan Ditjen HKI tidak termasuk Direktorat TI. Subyek dan objek penelitian perlu dideskripsikan lebih lanjut untuk mengetahui latar belakang responden yang terpilih menjadi sampel, baik jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan lama bekerja. Pengetahuan demografi sampel ini akan dapat digunakan untuk dapat membuktikan apakah data yang dikumpulkan dapat dipercaya atau tidak.

Latar belakang responden dibagi menjadi beberapa kategori agar responden dapat dengan lebih mudah mengerti pertanyaan yang disajikan dengan lebih spesifik tentang latar belakang mereka. Berikut ini adalah uraian mengenai demografi responden.

1. Jenis Kelamin Responden

Melalui pengamatan, dari 78 responden 67,9 % merupakan responden laki-laki, sedangkan 32,1 % responden wanita. Untuk lebih jelasnya pendistribusian data tersebut dapat diamati melalui Tabel 5.1. berikut ini:

Tabel 5.1

Prosentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	F	%
Laki-laki	53	67,9
Perempuan	25	32,1
Jumlah	78	100

Sumber: Data diolah

2. Usia Responden

Melalui pengamatan dari 78 responden, dilihat bahwa populasi terbesar diwakili oleh kelompok usia dibawah 31-40 tahun (sebesar 61,5%) diikuti kelompok usia diatas 40 tahun tahun (sebesar 24,3%). Hal ini menunjukkan bahwa dalam rentang usia tersebut, faktor-faktor penggunaan IT adalah dianggap hal yang penting untuk menunjang pekerjaannya.. Sedang, populasi terkecil diwakili oleh kelompok usia 20-30 tahun (sebesar 14,2%). Untuk lebih jelasnya pendistribusian data tersebut dapat diamati melalui Tabel 5.2 berikut:

Tabel 5.2
Prosentase Responden Berdasarkan Usia

Usia	F	%
< 20 th	—	
20 thn – 30 thn	11	14,2
31 thn – 40 thn	48	61,5
> 40 thn	19	24,3
Jumlah	78	100

Sumber: Data diolah

3. Pendidikan Responden

Lain halnya dari pengamatan yang dilakukan atas 78 responden dilihat dari segi pendidikan terakhir yang ditempuh, mayoritas terbesar diwakili oleh responden yang berada dalam kelompok berpendidikan S1 (sebesar 66,7%), kelompok responden berpendidikan SLTA – D3 (sebesar 25,6%), diikuti oleh kelompok pascasarjana. Hal ini menunjukkan penggunaan IT sangat dipengaruhi tingkat edukasi seseorang, semakin tinggi tingkat edukasi, semakin tinggi tingkat kebutuhan IT untuk menunjang pekerjaannya. Untuk lebih jelasnya pendistribusian data tersebut dapat diamati melalui Tabel 5.3 berikut ini:

Tabel 5.3
Prosentase Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	F	%
SD – SMP	--	--
SLTA – D3	20	25,6
S1	52	66,7
Pascasarjana	6	7,7
Jumlah	78	100

Sumber: Data diolah

5.2 Uji Instrumen Penelitian

Uji validitas dan reliabilitas peneliti lakukan untuk sampel berjumlah 30 orang pegawai, untuk menilai seberapa valid dan reliabel kuesioner yang digunakan sebagai alat bantu pengumpul data. Pengukuran validitas butir kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat koefisien korelasi model korelasi Product Moment.

Hasil uji validitas atas 20 butir pertanyaan yang dikelompokkan ke dalam 5 dimensi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

Tabel 5.4
Hasil Uji Validitas

Nama Variabel	Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Kesimpulan
Tangible	Peralatan TI yang digunakan oleh pengguna memiliki bentuk yang baik secara fisik	0,871	Valid
	Petugas Direktorat TI berpenampilan rapi	0,648	Valid
	Petugas Direktorat TI menggunakan identitas diri	0,701	Valid
	Petugas Direktorat TI memiliki perlengkapan yang memadai untuk memberikan solusi bagi pengguna	0,410	Valid
Reliability	Petugas Direktorat TI mampu memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi pengguna sesuai jadwal dan waktu yang telah dijanjikan	0,781	Valid
	Petugas Direktorat TI teliti dan akurat dalam menangani berkas yang berkaitan dengan permohonan untuk pemberian solusi	0,832	Valid
	Petugas Direktorat TI mampu memberikan solusi sesuai yang telah dijanjikan	0,542	Valid

	Prosedur permohonan untuk pemberian solusi mudah dan tidak berbelit-belit	0,716	Valid
Responsiveness	Petugas Direktorat TI cepat tanggap dalam melayani keluhan pengguna	0,686	Valid
	Petugas Direktorat TI segera memberikan respon dan menindaklanjuti keluhan yang disampaikan pengguna	0,707	Valid
	Petugas Direktorat TI memberikan informasi yang jelas berkaitan dengan masalah yang dihadapi pengguna	0,762	Valid
	Petugas Direktorat TI mau membantu dan memberikan solusi untuk masalah yang dihadapi pengguna	0,727	Valid
Assurance	Petugas Direktorat TI bersikap sopan dan sabar dalam melayani pengguna	0,376	Valid
	Petugas Direktorat TI memiliki sikap yang profesional dan percaya diri dalam menjawab pertanyaan pengguna	0,733	Valid
	Petugas Direktorat TI mengelola berkas dengan baik sehingga tidak tertukar atau hilang	0,777	Valid
	Petugas Direktorat TI memberikan pelayanan yang sama terhadap semua pengguna tanpa ada yang diistimewakan	0,899	Valid
Empathy	Petugas Direktorat TI menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan pengguna	0,654	Valid
	Petugas Direktorat TI memberikan kenyamanan kepada pengguna ketika memberikan pelayanan	0,708	Valid
	Petugas Direktorat TI bersikap simpatik yang ditunjukkan dengan gerak-gerik dan tutur kata	0,797	Valid
	Petugas Direktorat TI mau mendengarkan keluhan pengguna jasa	0,777	Valid

Sumber: Data diolah

Nilai r_{hitung} kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan signifikansi 0.05; n sebesar 30 didapat nilai r_{tabel} sebesar 0.361. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa seluruh nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka butir pertanyaan tersebut valid.

Setelah dilakukan pengujian validitas, selanjutnya diuji reliabilitas instrumen. Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya.

Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Berdasarkan Triton, jika skala dikelompokkan dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai *alpha Cronbach* 0.00 s.d 0.20, berarti kurang *reliabel*
2. Nilai *alpha Cronbach* 0.21 s.d 0.40, berarti agak *reliabel*
3. Nilai *alpha Cronbach* 0.42 s.d 0.60, berarti cukup *reliabel*
4. Nilai *alpha Cronbach* 0.61 s.d 0.80, berarti *reliabel*
5. Nilai *alpha Cronbach* 0.81 s.d 1.00, berarti sangat *reliable*

Hasil pengujian reliabilitas untuk keseluruhan dimensi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.5
Uji Reliabilitas

Dimensi	Nilai	Kesimpulan
<i>Tangible</i> (keberwujudan)	0,605	Andal/reliabel
<i>Reliability</i> (kehandalan)	0,677	Andal/reliabel
<i>Responsiveness</i> (ketanggapan)	0,657	Andal/reliabel
<i>Assurance</i> (jaminan)	0,681	Andal/reliabel
<i>Emphaty</i> (kesungguhan)	0,712	Andal/reliabel

Sumber: Data diolah

5.3 Hasil Penelitian Kuantitatif

Berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan untuk mengukur nilai skor dari kesenjangan antara layanan yang diterima pengguna dengan layanan yang diharapkan oleh pengguna TI, diperoleh gambaran sebagai berikut:

1. Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan

Secara teoritik telah dikemukakan bahwa kualitas pelayanan terdapat lima dimensi, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*; yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kualitas pelayanan di Direktorat TI.

a. Tangible (Tampilan Fisik)

Tabel 5.6

Skor dan Nilai Rata-Rata Persepsi dan Harapan Terhadap Kualitas Pelayanan Direktorat TI Dalam Dimensi Tangible

No	Pernyataan Kualitas Pelayanan	Persepsi					Mean	Harapan					Mean
		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
Tangibles (Tampilan Fisik)													
1	Peralatan TI yang digunakan oleh pengguna memiliki bentuk yang baik secara fisik	2	23	35	13	5	2.95	0	0	0	20	58	4.74
2	Petugas Direktorat TI berpenampilan rapi	6	21	32	14	5	2.88	0	0	0	14	64	4.82
3	Petugas Direktorat TI menggunakan identitas diri	5	22	22	28	1	2.97	0	0	0	26	52	4.67
4	Petugas Direktorat TI memiliki perlengkapan yang memadai untuk memberikan solusi bagi pengguna	4	22	30	19	3	2.94	0	0	0	21	57	4.73

Keterangan:

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak setuju
3. Cukup setuju
4. Setuju
5. Sangat Setuju

Sumber: Data diolah

1) Peralatan TI yang digunakan oleh pengguna memiliki bentuk yang baik secara fisik

Dari hasil survey terhadap 78 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian responden terhadap persepsi atribut ini adalah 35 orang (44.87%) merasa cukup setuju, 23 orang (29.49%) merasa tidak setuju, 13 orang (16.67%) merasa setuju, 5 orang (6.41%) merasa sangat setuju dan 2 orang (2.56%) merasa sangat tidak setuju.

Penilaian terhadap tingkat harapan diperoleh hasil bahwa 58 orang (74.36%) sangat berharap peralatan TI yang digunakan memiliki bentuk yang baik secara fisik, sedangkan 20 orang (25.64%) berharap peralatan TI yang digunakan memiliki bentuk yang baik secara fisik.

2) Petugas Direktorat TI berpenampilan rapi

Dari hasil survey terhadap 78 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian responden terhadap persepsi atribut ini adalah 32 orang (41.03%) merasa cukup setuju, 21 orang (26.92%) merasa tidak setuju, 14 orang (17.95%) merasa setuju, 5 orang (6.41%) merasa sangat setuju dan 6 orang (7.69%) merasa sangat tidak setuju.

Penilaian terhadap tingkat harapan diperoleh hasil bahwa 64 orang (82.05%) sangat berharap petugas Direktorat TI berpenampilan rapi, sedangkan 14 orang (17.95%) berharap petugas Direktorat TI berpenampilan rapi.

3) Petugas Direktorat TI menggunakan identitas diri

Dari hasil survey terhadap 78 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian responden terhadap persepsi atribut ini adalah 28 orang (35.90%) merasa setuju, 22 orang (28.21%) merasa cukup setuju, 22 orang (28.21%) merasa tidak setuju, 5 orang (6.41%) merasa sangat setuju dan 1 orang (1.28%) merasa sangat tidak setuju.

Penilaian terhadap tingkat harapan diperoleh hasil bahwa 64 orang (82.05%) sangat berharap petugas Direktorat TI berpenampilan rapi, sedangkan 14 orang (17.95%) berharap petugas Direktorat TI berpenampilan rapi.

4) Petugas Direktorat TI memiliki perlengkapan yang memadai untuk memberikan solusi bagi pengguna

Dari hasil survey terhadap 78 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian responden terhadap persepsi atribut ini adalah 30 orang (38.46%) merasa cukup setuju, 22 orang (28.21%) merasa tidak setuju, 19 orang (24.36%) merasa setuju, 4 orang (5.13%) merasa sangat tidak setuju dan 3 orang (3.85%) merasa sangat setuju.

Penilaian terhadap tingkat harapan diperoleh hasil bahwa 57 orang (73.08%) sangat berharap petugas Direktorat TI memiliki perlengkapan yang memadai untuk memberikan solusi bagi pengguna,

sedangkan 21 orang (26.92%) berharap petugas Direktorat TI memiliki perlengkapan yang memadai untuk memberikan solusi bagi pengguna.

b. Reliability (Keandalan)

Tabel 5.7

Skor dan Nilai Rata-Rata Persepsi dan Harapan Terhadap Kualitas Pelayanan Direktorat TI Dalam Dimensi Reliability

No	Pernyataan Kualitas Pelayanan	Persepsi					Mean	Harapan					Mean
		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
Reliability (Keandalan)													
1	Petugas Direktorat TI mampu memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi pengguna sesuai jadwal dan waktu yang telah dijanjikan	4	24	28	20	2	2.9	0	0	0	24	54	4.69
2	Petugas Direktorat TI teliti dan akurat dalam menangani berkas yang berkaitan dengan permohonan untuk pemberian solusi	1	18	37	20	2	3.05	0	0	0	20	58	4.74
3	Petugae Direktorat TI mampu memberikan solusi sesuai yang telah dijanjikan	0	24	29	23	2	3.04	0	0	0	30	48	4.62
4	Prosedur permohonan untuk pemberian solusi mudah dan tidak berbelit-belit	1	16	32	24	5	3.21	0	0	0	21	57	4.73

Keterangan:

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak setuju
3. Cukup setuju
4. Setuju
5. Sangat Setuju

Sumber: Data diolah

1) Petugas Direktorat TI mampu memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi pengguna sesuai jadwal dan waktu yang telah dijanjikan

Dari hasil survey terhadap 78 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian responden terhadap persepsi atribut ini adalah 28 orang (35.90%) merasa cukup setuju, 24 orang (30.77%) merasa tidak

setuju, 20 orang (25.64%) merasa setuju, 4 orang (5.13%) merasa sangat tidak setuju dan 2 orang (2.56%) merasa sangat setuju.

Penilaian terhadap tingkat harapan diperoleh hasil bahwa 54 orang (69.23%) sangat berharap petugas Direktorat TI mampu memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi pengguna sesuai jadwal dan waktu yang telah dijanjikan, sedangkan 24 orang (30.77%) berharap petugas Direktorat TI mampu memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi pengguna sesuai jadwal dan waktu yang telah dijanjikan.

2) Petugas Direktorat TI teliti dan akurat dalam menangani berkas yang berkaitan dengan permohonan untuk pemberian solusi

Dari hasil survey terhadap 78 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian responden terhadap persepsi atribut ini adalah 37 orang (47.44%) merasa cukup setuju, 20 orang (25.64%) merasa setuju, 18 orang (23.08%) merasa tidak setuju, 2 orang (2.56%) merasa sangat setuju dan 1 orang (1.28%) merasa sangat tidak setuju.

Penilaian terhadap tingkat harapan diperoleh hasil bahwa 58 orang (74.36%) sangat berharap petugas Direktorat TI teliti dan akurat dalam menangani berkas yang berkaitan dengan permohonan untuk pemberian solusi, sedangkan 20 orang (25.64%) berharap petugas Direktorat TI teliti dan akurat dalam menangani berkas yang berkaitan dengan permohonan untuk pemberian solusi.

3) Petugas Direktorat TI mampu memberikan solusi sesuai yang telah dijanjikan

Dari hasil survey terhadap 78 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian responden terhadap persepsi atribut ini adalah 29 orang (37.18%) merasa cukup setuju, 24 orang (30.77%) merasa tidak setuju, 23 orang (29.49%) merasa setuju, 2 orang (2.56%) merasa

sangat setuju dan tidak ditemukan jawaban responden untuk pernyataan sangat tidak setuju.

Penilaian terhadap tingkat harapan diperoleh hasil bahwa 48 orang (61.54%) sangat berharap petugas Direktorat TI mampu memberikan solusi sesuai yang telah dijanjikan, sedangkan 30 orang (38.46%) berharap petugas Direktorat TI mampu memberikan solusi sesuai yang telah dijanjikan.

4) Prosedur permohonan untuk memberikan solusi mudah dan tidak berbelit-belit

Dari hasil survey terhadap 78 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian responden terhadap persepsi atribut ini adalah 32 orang (41.03%) merasa cukup setuju, 24 orang (30.77%) merasa setuju, 16 orang (20.51%) merasa tidak setuju, 5 orang (6.41%) merasa sangat setuju dan 1 orang (1.28%) merasa sangat tidak setuju.

Penilaian terhadap tingkat harapan diperoleh hasil bahwa 57 orang (73.08%) sangat berharap prosedur permohonan untuk memberikan solusi modal dan tidak berbelit-belit, sedangkan 21 orang (26.92%) berharap prosedur permohonan untuk memberikan solusi modal dan tidak berbelit-belit.

c. Responsivenenss (Daya Tanggap)

Tabel 5.8

Skor dan Nilai Rata-Rata Persepsi dan Harapan Terhadap Kualitas Pelayanan Direktorat TI Dalam Dimensi Responsiveness

No	Pernyataan Kualitas Pelayanan:	Persepsi					Mean	Harapan					Mcan
		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
Responsiveness (Daya Tanggap)													
1	Petugas Direktorat TI cepat tanggap dalam melayani keluhan pengguna	0	28	26	24	0	2.95	0	0	0	23	55	4.71
2	Petugas Direktorat TI segera memberikan respon dan menindaklanjuti keluhan yang disampaikan pengguna	0	16	37	25	0	3.12	0	0	0	23	55	4.71
3	Petugas Direktorat TI memberikan informasi yang jelas berkaitan dengan masalah yang dihadapi pengguna	2	19	29	27	1	3.08	0	0	0	24	54	4.69
4	Petugas Direktorat TI mau membantu dan memberikan solusi untuk masalah yang dihadapi pengguna	0	14	36	28	0	3.18	0	0	0	18	60	4.77

Keterangan:

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak setuju
3. Cukup setuju
4. Setuju
5. Sangat Setuju

Sumber: Data diolah

1) Petugas Direktorat TI cepat tanggap dalam melayani keluhan pengguna

Dari hasil survey terhadap 78 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian responden terhadap persepsi atribut ini adalah 28 orang (35.90%) merasa tidak setuju, 26 orang (33.33%) merasa cukup setuju, 24 orang (30.77%) merasa setuju, dan tidak ditemukan jawaban pada pernyataan sangat tidak setuju dan sangat setuju.

Penilaian terhadap tingkat harapan diperoleh hasil bahwa 55 orang (70.51%) sangat berharap petugas Direktorat TI cepat tanggap dalam melayani keluhan pengguna, sedangkan 23 orang (29.49%) berharap

petugas Direktorat TI cepat tanggap dalam melayani keluhan pengguna.

2) Petugas Direktorat TI segera memberikan respon dan menindaklanjuti keluhan yang disampaikan pengguna

Dari hasil survey terhadap 78 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian responden terhadap persepsi atribut ini adalah 37 orang (47.44%) merasa cukup setuju, 25 orang (32.05%) merasa setuju, 16 orang (20.51%) merasa tidak setuju, dan tidak ditemukan jawaban pada pernyataan sangat tidak setuju dan sangat setuju.

Penilaian terhadap tingkat harapan diperoleh hasil bahwa 55 orang (70.51%) sangat berharap petugas Direktorat TI segera memberikan respon dan menindaklanjuti keluhan yang disampaikan pengguna, sedangkan 23 orang (29.49%) berharap petugas Direktorat TI segera memberikan respon dan menindaklanjuti keluhan yang disampaikan pengguna.

3) Petugas Direktorat TI memberikan informasi yang jelas berkaitan dengan masalah yang dihadapi pengguna

Dari hasil survey terhadap 78 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian responden terhadap persepsi atribut ini adalah 29 orang (37.18%) merasa cukup setuju, 27 orang (34.62%) merasa setuju, 19 orang (24.36%) merasa tidak setuju, 2 orang (2.56%) merasa sangat tidak setuju dan 1 orang (1.28%) merasa sangat setuju.

Penilaian terhadap tingkat harapan diperoleh hasil bahwa 54 orang (69.23%) sangat berharap petugas Direktorat TI memberikan informasi yang jelas berkaitan dengan masalah yang dihadapi pengguna, sedangkan 24 orang (30.77%) berharap petugas Direktorat TI memberikan informasi yang jelas berkaitan dengan masalah yang dihadapi pengguna.

4) Petugas Direktorat TI mau membantu dan memberikan solusi untuk masalah yang dihadapi pengguna

Dari hasil survey terhadap 78 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian responden terhadap persepsi atribut ini adalah 36 orang (46.15%) merasa cukup setuju, 28 orang (35.90%) merasa setuju, 14 orang (17.95%) merasa tidak setuju, dan tidak ditemukan jawaban pada pernyataan sangat tidak setuju dan sangat setuju.

Penilaian terhadap tingkat harapan diperoleh hasil bahwa 60 orang (76.92%) sangat berharap petugas Direktorat TI mau membantu dan memberikan solusi untuk masalah yang dihadapi pengguna, sedangkan 18 orang (23.08%) berharap petugas Direktorat TI mau membantu dan memberikan solusi untuk masalah yang dihadapi pengguna.

d. Assurance (Jaminan)

Tabel 5.9

Skor dan Nilai Rata-Rata Persepsi dan Harapan Terhadap Kualitas Pelayanan Direktorat TI Dalam Dimensi Assurance

No	Pernyataan Kualitas Pelayanan	Persepsi					Mean	Harapan					Mean
		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
Assurance (Jaminan)													
1	Petugas Direktorat TI bersikap sopan dan sabar dalam melayani pengguna	0	17	24	33	4	3.31	0	0	0	28	50	4.64
2	Petugas Direktorat TI memiliki sikap yang profesional dan percaya diri dalam menjawab pertanyaan pengguna	1	15	36	25	1	3.13	0	0	0	25	53	4.68
3	Petugas Direktorat TI mengelola berkas dengan baik sehingga tidak tertukar atau hilang	0	17	28	25	8	3.31	0	0	0	21	57	4.73
4	Petugas Direktorat TI memberikan pelayanan yang sama terhadap semua pengguna tanpa ada yang diistimewakan	0	14	33	27	4	3.27	0	0	0	21	57	4.73

Keterangan:

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak setuju
3. Cukup setuju
4. Setuju
5. Sangat Setuju

Sumber: Data diolah

1) Petugas Direktorat TI bersikap sopan dan sabar dalam melayani pengguna

Dari hasil survey terhadap 78 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian responden terhadap persepsi sikap petugas Direktorat TI adalah 33 orang (42.37%) merasa setuju, 24 orang (30.76%) merasa cukup setuju, 17 orang (21.79%) tidak setuju, 5 orang (6.41%) merasa sangat setuju dan tidak ada responden yang menjawab merasa sangat tidak setuju.

Penilaian terhadap tingkat harapan diperoleh hasil bahwa 50 orang (64.1%) sangat berharap Petugas Direktorat TI bersikap sopan dan sabar dalam melayani pengguna, sedangkan 28 orang (35.89%) berharap Petugas Direktorat TI bersikap sopan dan sabar dalam melayani pengguna.

2) Petugas Direktorat TI memiliki sikap yang profesional dan percaya diri dalam menjawab pertanyaan pengguna

Dari hasil survey terhadap 78 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian responden terhadap persepsi sikap petugas Direktorat TI adalah 36 orang (46.15%) merasa cukup setuju, 25 orang (30.05%) merasa sangat setuju, 15 orang (19.23%) tidak setuju, 1 orang (1.28%) merasa sangat setuju dan 1 orang (1.28%) merasa sangat tidak setuju.

Penilaian terhadap tingkat harapan diperoleh hasil bahwa 53 orang (67.94%) sangat berharap Petugas Direktorat TI memiliki sikap yang profesional dan percaya diri dalam menjawab pertanyaan pengguna TI, sedangkan 25 orang (35.05%) berharap Petugas Direktorat TI memiliki sikap yang profesional dan percaya diri dalam menjawab pertanyaan pengguna TI

3) Petugas Direktorat Mengelola Berkas dengan Baik sehingga tidak tertukar atau hilang

Dari hasil survey terhadap 78 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian responden terhadap persepsi sikap petugas Direktorat TI adalah 28 orang (35.89%) merasa cukup setuju, 25 orang (35.05%) merasa setuju, 17 orang (21.79%) tidak setuju, 5 orang (6.41%) merasa sangat setuju dan tidak ada responden yang menjawab merasa sangat tidak setuju.

Penilaian terhadap tingkat harapan diperoleh hasil bahwa 57 orang (73.07%) sangat berharap Petugas Direktorat TI mengelola berkas dengan baik sehingga tidak tertukar atau hilang, sedangkan 21 orang (26.92%) berharap Petugas Direktorat TI mengelola berkas dengan baik sehingga tidak tertukar atau hilang

4) Petugas Direktorat TI memberikan pelayanan yang sama terhadap semua pengguna tanpa ada yang diistimewakan

Dari hasil survey terhadap 78 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian responden terhadap persepsi sikap petugas Direktorat TI adalah 33 orang (42.3%) merasa cukup setuju, 27 orang (34.61%) merasa setuju, 14 orang (17.94%) tidak setuju, 4 orang (5.12%) merasa sangat setuju dan tidak ada responden yang menjawab merasa sangat tidak setuju.

Penilaian terhadap tingkat harapan diperoleh hasil bahwa 57 orang (73.07%) sangat berharap Petugas Direktorat TI memberikan pelayanan yang sama terhadap semua pengguna tanpa ada yang diistimewakan, sedangkan 21 orang (26.92%) berharap Petugas Direktorat TI memberikan pelayanan yang sama terhadap semua pengguna tanpa ada yang diistimewakan

e. Emphaty (Empati)

Tabel 5.10

Skor dan Nilai Rata-Rata Persepsi dan Harapan Terhadap Kualitas Pelayanan Direktorat TI Dalam Dimensi Emphaty

No	Pernyataan Kualitas Pelayanan	Persepsi					Mean	Harapan					Mean
		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
Emphaty (Empati)													
1	Petugas Direktorat TI menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan pengguna	0	14	41	22	1	3.13	0	0	0	28	50	4.64
2	Petugas Direktorat TI memberikan kenyamanan kepada pengguna ketika memberikan pelayanan	1	16	32	24	5	3.21	0	0	0	23	55	4.71
3	Petugas Direktorat TI bersikap simpatik yang ditunjukkan dengan gerak-gerik dan tutur kata	0	28	26	24	0	2.95	0	0	0	24	54	4.69
4	Petugas Direktorat TI mau mendengarkan keluhan pengguna jasa	5	22	22	28	1	2.97	0	0	0	21	57	4.73

Keterangan:

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak setuju
3. Cukup setuju
4. Setuju
5. Sangat Setuju

Sumber: Data diolah

1) Petugas Direktorat TI menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan pengguna TI

Dari hasil survey terhadap 78 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian responden terhadap persepsi sikap petugas Direktorat TI adalah 41 orang (53.84%) merasa cukup setuju, 22 orang (28.2%) merasa setuju, 14 orang (17.94%) tidak setuju, 1 orang (1.28%) merasa sangat setuju dan tidak ada responden yang menjawab merasa sangat tidak setuju.

Penilaian terhadap tingkat harapan diperoleh hasil bahwa 50 orang (64.10%) sangat berharap Petugas Direktorat TI menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan pengguna TI, sedangkan 28 orang (35.89%) berharap Petugas Direktorat TI menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan pengguna TI

2) Petugas Direktorat TI memberikan kenyamanan kepada pengguna ketika memberikan pelayanan

Dari hasil survey terhadap 78 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian responden terhadap persepsi sikap petugas Direktorat TI adalah 32 orang (41.02%) merasa cukup setuju, 24 orang (30.76%) merasa setuju, 16 orang (20.51%) tidak setuju, 5 orang (6.41%) merasa sangat setuju dan 1 orang (1.28%) yang menjawab merasa sangat tidak setuju.

Penilaian terhadap tingkat harapan diperoleh hasil bahwa 55 orang (70.51%) sangat berharap Petugas Direktorat TI memberikan kenyamanan kepada pengguna ketika memberikan pelayanan, sedangkan 23 orang (29.48%) berharap Petugas Direktorat TI memberikan kenyamanan kepada pengguna ketika memberikan pelayanan

3) Petugas Direktorat TI bersikap simpatik yang ditunjukkan dengan gerak-gerik dan tutur kata

Dari hasil survey terhadap 78 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian responden terhadap persepsi sikap petugas Direktorat TI adalah 28 orang (35.89%) merasa tidak setuju, 26 orang (33.33%) merasa cukup setuju, 24 orang (30.76%) setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat setuju ataupun sangat tidak setuju

Penilaian terhadap tingkat harapan diperoleh hasil bahwa 54 orang (69.23%) sangat berharap Petugas Direktorat TI bersikap simpatik yang ditunjukkan dengan gerak-gerik dan tutur kata, sedangkan 24 orang (30.76%) berharap Petugas Direktorat TI bersikap simpatik yang ditunjukkan dengan gerak-gerik dan tutur kata

4) Petugas Direktorat TI mau mendengarkan keluhan pengguna jasa

Dari hasil survey terhadap 78 responden, diperoleh hasil bahwa penilaian responden terhadap persepsi sikap petugas Direktorat TI adalah 28 orang (35.89%) merasa setuju, 22 orang (28.2%) merasa cukup setuju, 22 orang (28.2%) tidak setuju setuju, 5 orang (6.41%) menjawab sangat tidak setuju dan 1 orang (1.28%) yang menjawab sangat setuju

Penilaian terhadap tingkat harapan diperoleh hasil bahwa 57 orang (73.07%) sangat berharap Petugas Direktorat TI mau mendengarkan keluhan pengguna jasa, sedangkan 21 orang (26.92%) berharap Petugas Direktorat TI mau mendengarkan keluhan pengguna jasa

Tabel 5.11

Nilai Rata-Rata Kualitas Pelayanan Per-Dimensi

No	Dimensi	Rata-Rata Persepsi	Rata-Rata Harapan
1	Tangible	2.94	4.74
2	Reliability	3.05	4.7
3	Responsiveness	3.08	4.72
4	Assurance	3.26	4.7
5	Emphaty	3.07	4.69

Sumber: Data diolah

Sebagaimana terlihat pada tabel diatas maka dimensi tangible memiliki nilai rata-rata persepsi terendah yaitu sebesar 2.94, kemudian diikuti dengan dimensi reliability sebesar 3.05, dimensi emphaty sebesar 3.07, dimensi responsiveness sebesar 3.08, dimensi assurance sebesar 3.26.

Sedangkan nilai rata-rata harapan per dimensi maka diketahui dimensi emphaty memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 4.69, kemudian diikuti dengan dimensi reliability dan assurance sebesar 4.70, dimensi responsiveness sebesar 4.72, dimensi tangible sebesar 4.74.

Setelah mengetahui persepsi dan harapan pengguna terhadap pelayanan yang diberikan maka dapat diketahui tingkat kualitas pelayanan sebagai berikut:

Table 5.12
Nilai Rata-Rata Kuaiitas Pelayanan Per Atribut Dimensi Service Quality

No	Pernyataan Kuaiitas Pelayanan	Persepsi	Harapan	Gap	Penjelasan
Tangibles (Tampilan Fisik)					
1	Peralatan TI yang digunakan oleh pengguna memiliki bentuk yang baik secara fisik	2.95	4.74	-1.79	Gap Tertinggi: Petugas Direktorat TI berpenampilan rapi
2	Petugas Direktorat TI berpenampilan rapi	2.88	4.82	-1.94	
3	Petugas Direktorat TI menggunakan identitas diri	2.97	4.67	-1.70	Gap Terendah: Petugas Direktorat TI bersikap sopan dan sabar dalam melayani pengguna
4	Petugas Direktorat TI memiliki perlengkapan yang memadai untuk memberikan solusi bagi pengguna	2.94	4.73	-1.79	
Reliability (Keandalan)					
1	Petugas Direktorat TI mampu memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi pengguna sesuai jadwal dan waktu yang telah dijanjikan	2.9	4.69	-1.79	
2	Petugas Direktorat TI teliti dan akurat dalam menangani berkas yang berkaitan dengan permohonan untuk pemberian solusi	3.05	4.74	-1.69	
3	Petugas Direktorat TI mampu memberikan solusi sesuai yang telah dijanjikan	3.04	4.62	-1.58	
4	Prosedur permohonan untuk pemberian solusi mudah dan tidak berbelit-belit	3.21	4.73	-1.52	

	Responsiveness (Daya Tanggap)				
1	Petugas Direktorat TI cepat tanggap dalam melayani keluhan pengguna	2.95	4.71	-1.76	
2	Petugas Direktorat TI segera memberikan respon dan menindaklanjuti keluhan yang disampaikan pengguna	3.12	4.71	-1.59	
3	Petugas Direktorat TI memberikan informasi yang jelas berkaitan dengan masalah yang dihadapi pengguna	3.08	4.69	-1.61	
4	Petugas Direktorat TI mau membantu dan memberikan solusi untuk masalah yang dihadapi pengguna	3.18	4.77	-1.59	
	Assurance (Jaminan)				
1	Petugas Direktorat TI bersikap sopan dan sabar dalam melayani pengguna	3.31	4.64	-1.33	
2	Petugas Direktorat TI memiliki sikap yang profesional dan percaya diri dalam menjawab pertanyaan pengguna	3.13	4.68	-1.55	
3	Petugas Direktorat TI mengelola berkas dengan baik sehingga tidak tertukar atau hilang	3.31	4.73	-1.42	
4	Petugas Direktorat TI memberikan pelayanan yang sama terhadap semua pengguna tanpa ada yang diistimewakan	3.27	4.73	-1.46	
	Emphaty (Empati)				
1	Petugas Direktorat TI menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan pengguna	3.13	4.64	-1.51	
2	Petugas Direktorat TI memberikan kenyamanan kepada pengguna ketika memberikan pelayanan	3.21	4.71	-1.50	

3	Petugas Direktorat TI bersikap simpatik yang ditunjukkan dengan gerak-gerik dan tutur kata	2.95	4.69	-1.74	
4	Petugas Direktorat TI mau mendengarkan keluhan pengguna jasa	2.97	4.73	-1.76	
	Rata-Rata	3.08	4.71	-1.63	

Sumber: Data diolah

Pada perhitungan tingkat harapan dan persepsi menunjukkan bahwa skor harapan seluruh atribut kualitas pelayanan sebesar 4.71, sedangkan skor persepsi dalam pelayanan TI sebesar 3.08. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat perbedaan sebesar -1.63, dengan kata lain masih dirasakan adanya kesenjangan pada kelima dimensi kualitas pelayanan.

Gap terbesar terletak pada petugas Direktorat TI berpenampilan rapi dan gap terendah terletak pada petugas Direktorat TI bersikap sopan dan sabar dalam melayani pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna memperhatikan kerapian dari segi penampilan. Dalam dunia kerja penampilan yang rapi menjadi salah satu kewajiban yang harus dipenuhi, hal ini berhubungan dengan kenyamanan dalam hal berinteraksi dengan rekan kerja.

2. Analisis/Uji Beda Kualitas Pelayanan

Setelah dilakukan analisis dimensi kualitas pelayanan yang menggambarkan kondisi yang diharapkan dengan yang dipersepsikan oleh pengguna masing-masing atribut atau indikator, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji beda masing-masing dimensi kualitas pelayanan. Hal ini untuk mengetahui apakah secara statistik terhadap perbedaan antara persepsi pengguna dengan harapan pengguna.

Tabel 5.13
Hasil Uji Beda Kualitas Pelayanan

No	Dimensi Kualitas Pelayanan	P value	Kesimpulan
1	Tangible	0.000	Ada perbedaan
2	Reliability	0.000	Ada perbedaan
3	Responsiveness	0.000	Ada perbedaan
4	Assurance	0.000	Ada perbedaan
5	Emphaty	0.000	Ada perbedaan

Sumber: Data diolah

Uji beda dilakukan dengan menggunakan uji t. berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikansi untuk uji beda masing-masing dimensi adalah 0.000. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari alpha (tingkat kesalahan yang ditolerir) sebesar 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan antara harapan dengan persepsi pengguna TI dengan kata lain tidak semua dimensi mempunyai nilai harapan yang sama.

5.4 Pembahasan

Pada bagian ini, peneliti akan membahas lebih dalam permasalahan apa saja yang melatarbelakangi masih rendahnya tingkat kualitas pelayanan pada Direktorat TI.

1. Tangible (Tampilan Fisik)

Tangible meliputi penampilan fisik peralatan, personal dan alat-alat komunikasi lainnya. Hal ini juga meliputi penampilan karyawan, fasilitas fisik, peralatan dan perlengkapan yang digunakan dalam pelayanan. Tampilan fisik dalam suatu pelayanan informasi merupakan cerminan awal bentuk pelayanan yang diberikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa belum memenuhi tingkat yang diharapkan oleh pengguna, karena petugas Direktorat TI berpenampilan kurang rapi dengan tingkat gap pelayanan yang paling tinggi yaitu -1.79.

Pelayanan pada saat ini haruslah berorientasi pada kepuasan konsumen, dalam hal ini pengguna TI. Berhadapan dengan konsumen maka kesan pertama yang harus diperhatikan adalah dalam hal penampilan. Penampilan dalam dunia kerja sangatlah penting. Hal ini berkenaan dengan kenyamanan

seseorang ketika berinteraksi dengan rekan kerjanya. Tidak hanya dalam hal penampilan fisik pegawai Direktorat TI, akan tetapi juga dalam hal penampilan fisik lainnya berupa peralatan TI misalnya, yang dapat digunakan untuk mendukung kelancaran proses pelayanan. Maka sebaiknya Direktorat TI harus meningkatkan segala bentuk tampilan fisik yang mendukung pekerjaan pelayanan terhadap pengguna TI. Hal ini bisa dilakukan dengan mengidentifikasi peralatan-peralatan apa saja yang perlu diperbaharui atau bahkan diganti karena sudah ketinggalan zaman. Karena bukan rahasia lagi kalau dunia teknologi informasi termasuk salah satu bidang yang memiliki tingkat perkembangan sangat cepat dan dinamis, maka institusi yang ingin memberikan pelayanan terbaik harus menyadari dan mengikuti perkembangan yang sedang berlangsung dalam bidang teknologi informasi.

2. Reliability (Keandalan)

Keandalan merupakan kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan secara akurat. Hal ini meliputi pelayanan pada waktu yang telah direncanakan/ditetapkan, akurat dalam perhitungan dan menjaga pelayanan dengan baik dan benar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa petugas Direktorat TI belum mampu memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi pengguna sesuai dengan jadwal dan waktu yang telah dijanjikan dengan tingkat gap yang paling tinggi sebesar -1.79.

Menurut Zeithmal et al. (2001) kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan secara tepat waktu, akurat, baik dan benar menunjukkan keandalan seseorang dalam bekerja. Kondisi ini bisa diidentifikasi penyebabnya, apakah jumlah pegawai yang menangani keluhan terlalu sedikit dibandingkan dengan jumlah keluhan yang datang atau pegawai yang ditempatkan bukanlah pegawai dengan kemampuan yang mumpuni untuk mengatasi keluhan tersebut sehingga membutuhkan waktu yang lebih panjang.

3. Responsiveness (Daya Tanggap)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tanggap petugas Direktorat TI dalam hal pelayanan dirasakan belum cepat tanggap dalam melayani keluhan pengguna, dengan tingkat gap yang paling tinggi sebesar -1.76. Menurut Zeithmal et.al (2001) menyatakan bahwa tanggapan yang cepat dalam memberikan bantuan kepada konsumen dan melaksanakan pelayanan tersebut secara layak. Hal itu meliputi pemberian pelayanan secara tepat dan cepat dan mengatur perjanjian atau penerimaan konsumen dengan cepat dan benar.

Sebagaimana yang dikemukakan pada bagian reliability, pada kondisi ini juga harus diperhatikan kesesuaian antara jumlah pegawai dengan kemampuan pegawai tersebut dalam bidang TI, dibandingkan dengan jumlah keluhan yang datang.

4. Assurance (Jaminan)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaminan yang ada di Direktorat TI belum sepenuhnya terlaksana karena petugas Direktorat TI memiliki sikap yang kurang profesional dan percaya diri dalam menjawab pertanyaan yang diajukan pengguna, dengan tingkat gap tertinggi sebesar -1.55.

Menurut Zeithmal et.al (2001) pengetahuan dan ketrampilan serta tata krama karyawan serta kemampuan mereka untuk mengembangkan kepercayaan dan keyakinan atau tingkat kesopansantunan yang harus dimiliki karyawan di samping kemampuan mereka menawarkan kepercayaan dan rasa percaya diri pada pihak konsumen, akan menjadi jaminan bagi konsumen dalam hal keyakinan akan terpecahkannya masalah yang sedang mereka hadapi.

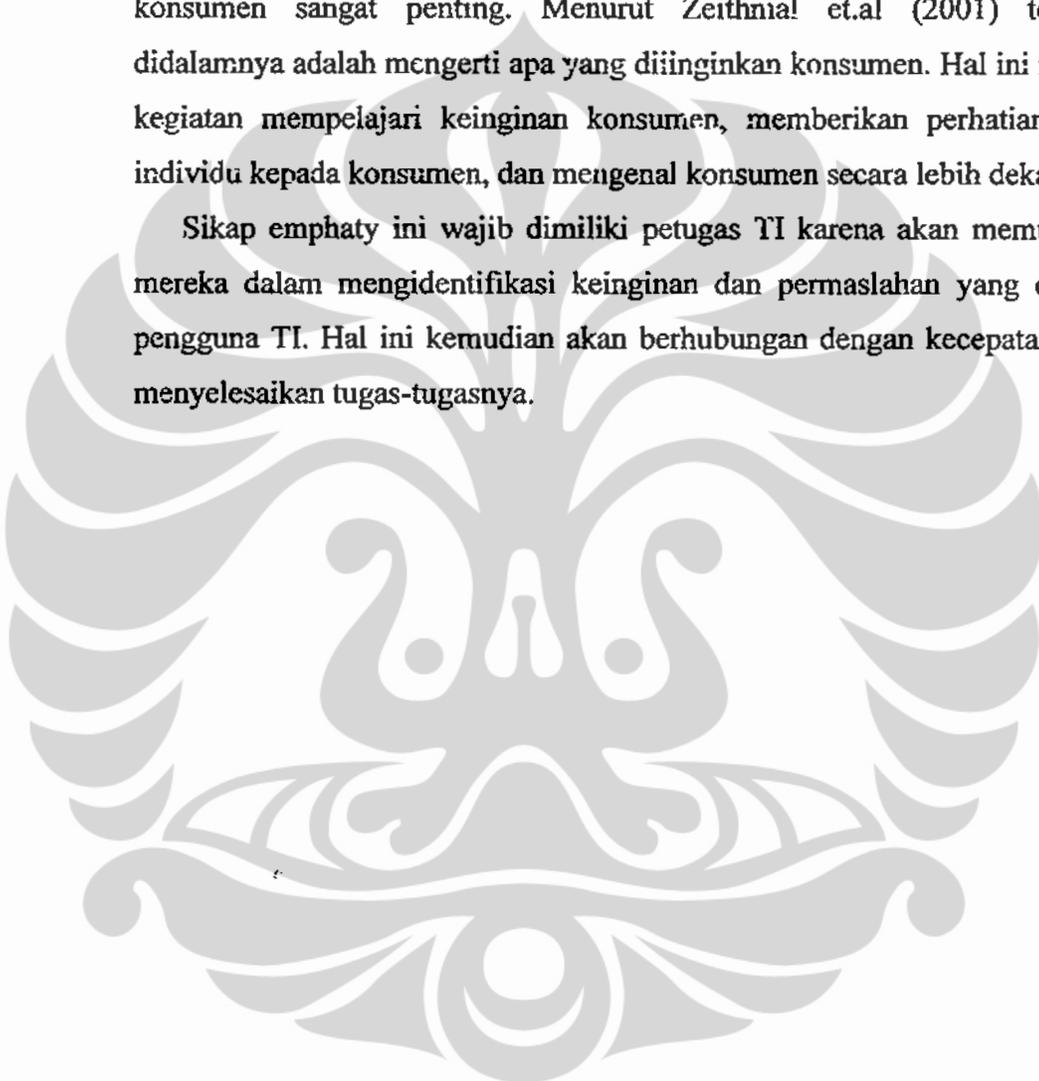
Hal ini kemudian perlu diperhatikan lebih lanjut, karena jika jaminan atau keyakinan tidak dimiliki pengguna TI akan berakibat pada ketidakpercayaan pengguna pada kemampuan yang dimiliki petugas TI.

5. Emphaty (Empati)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa emphaty yang kurang maksimal ditunjukkan dalam hal kemauan petugas TI dalam mendengarkan keluhan pengguna, dengan tingkat gap yang cukup tinggi, yaitu sebesar -1.76.

Emphaty atau kepedulian dan pemberian perhatian secara individu kepada konsumen sangat penting. Menurut Zeithmal et.al (2001) termasuk didalamnya adalah mengerti apa yang diinginkan konsumen. Hal ini meliputi kegiatan mempelajari keinginan konsumen, memberikan perhatian secara individu kepada konsumen, dan mengenal konsumen secara lebih dekat lagi.

Sikap emphaty ini wajib dimiliki petugas TI karena akan memudahkan mereka dalam mengidentifikasi keinginan dan permasalahan yang dihadapi pengguna TI. Hal ini kemudian akan berhubungan dengan kecepatan dalam menyelesaikan tugas-tugasnya.



BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan terkait dengan masalah penelitian yang digunakan dalam peningkatan kualitas pelayanan Dirjen HKI, sebagai berikut:

1. Tingkat kualitas pelayanan secara keseluruhan menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara harapan dengan yang dipersepsikan oleh pengguna. Dengan gap tertinggi terletak pada petugas Direktorat TI berpenampilan rapi dan gap terendah terletak pada petugas Direktorat TI bersikap sopan dan sabar dalam melayani pengguna.
2. Tangible meliputi penampilan fisik peralatan, personal dan alat-alat komunikasi lainnya. Hal ini juga meliputi penampilan karyawan, fasilitas fisik, peralatan dan perlengkapan yang digunakan dalam pelayanan. Tampilan fisik dalam suatu pelayanan informasi merupakan cerminan awal bentuk pelayanan yang diberikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa belum memenuhi tingkat yang diharapkan oleh pengguna, karena petugas Direktorat TI berpenampilan kurang rapi dengan tingkat gap pelayanan yang paling tinggi yaitu -1.79.
3. Keandalan merupakan kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan secara akurat. Hal ini meliputi pelayanan pada waktu yang telah direncanakan/ditetapkan, akurat dalam perhitungan dan menjaga pelayanan dengan baik dan benar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa petugas Direktorat TI belum mampu memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi pengguna sesuai dengan jadwal dan waktu yang telah dijanjikan dengan tingkat gap yang paling tinggi sebesar -1.79.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tanggap petugas Direktorat TI dalam hal pelayanan dirasakan belum cepat tanggap dalam melayani keluhan pengguna, dengan tingkat gap yang paling tinggi sebesar -1.76. Tanggapan yang cepat dalam memberikan bantuan kepada konsumen dan melaksanakan pelayanan tersebut secara layak. Hal itu meliputi

pemberian pelayanan secara tepat dan cepat dan mengatur perjanjian atau penerimaan konsumen dengan cepat dan benar.

5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaminan yang ada di Direktorat TI belum sepenuhnya terlaksana karena petugas Direktorat TI memiliki sikap yang kurang profesional dan percaya diri dalam menjawab pertanyaan yang diajukan pengguna, dengan tingkat gap tertinggi sebesar -1.55. Hal ini kemudian perlu diperhatikan lebih lanjut, karena jika jaminan atau keyakinan tidak dimiliki pengguna TI akan berakibat pada ketidakpercayaan pengguna pada kemampuan yang dimiliki petugas TI.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa empathy yang kurang maksimal ditunjukkan dalam hal kemauan petugas TI dalam mendengarkan keluhan pengguna, dengan tingkat gap yang cukup tinggi, yaitu sebesar -1.76. Sikap empathy ini wajib dimiliki petugas TI karena akan memudahkan mereka dalam mengidentifikasi keinginan dan permasalahan yang dihadapi pengguna TI. Hal ini kemudian akan berhubungan dengan kecepatan dalam menyelesaikan tugas-tugasnya.

6.2 Saran

Saran yang penulis ajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi tangibles memiliki gap tertinggi, maka dalam hal ini peneliti menyarankan untuk memperhatikan faktor keberwujudan baik dalam hal peralatan yang digunakan pengelola TI sampai kepada penampilan fisik petugas TI.
2. Dalam dimensi reliability (keandalan) hasil penelitian menunjukkan bahwa kesenjangan tertinggi adalah pada kemampuan petugas TI memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi pengguna sesuai jadwal dan waktu yang telah dijanjikan. Maka disarankan untuk memberikan pelatihan, seminar atau pengembangan ilmu pengetahuan agar kemampuan petugas TI meningkat.
3. Dalam dimensi responsiveness (daya tanggap) hasil penelitian menunjukkan bahwa gap tertinggi adalah pada petugas TI yang dianggap tidak cepat tanggap dalam melayani keluhan. Maka disarankan untuk

menambah petugas TI, hal ini dengan anggapan bahwa keluhan yang datang tidak sesuai dengan jumlah petugas yang menanganinya.

4. Pada dimensi assurance (jaminan) diketahui bahwa kesenjangan tertinggi adalah pada sikap profesional dan percaya diri dalam menjawab pertanyaan pengguna. Hal ini hampir serupa dengan kondisi dalam dimensi keandalan (reliability). Oleh karena itu peneliti menyarankan agar peningkatan ilmu pengetahuan menjadi prioritas perbaikan dimasa mendatang. Hal ini juga berkenaan dengan perkembangan ilmu yang selalu dinamis terjadi di bidang teknologi informasi.
5. Dalam dimensi empathy (empati) kemauan (keinginan) petugas TI mendengarkan keluhan pengguna jasa dipersepsikan rendah dan menunjukkan kesenjangan yang tinggi atas harapannya. Maka disarankan untuk petugas TI lebih memberikan kepedulian atas kendala yang dihadapi oleh pengguna TI.
6. Selain itu bisa juga dilakukan evaluasi dalam hal kesesuaian antara kemampuan seseorang dengan pekerjaan yang dilakukan, bisa jadi petugas belum memiliki pengetahuan yang mumpuni untuk mengatasi kerusakan atau keluhan yang datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Sukarsimi. 1995. *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Armistead, C.G. dan G. Clark 1996. *Customer Service and Support (Layanan dan Dukungan kepada Pelanggan)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Clark, B. 2000. *Consumer Behaviour Online*. www.briclarke.hostinguk.com
- Davidow, William H, Bro Uttal. 1992. *Total Customer Service*. New York : Harper and Row Publishers
- Gasperz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Gronroos, C. 1990. *Service Management and Marketing: Managing the Moment of Truth in Service Competition*. Massachusetts: Lexington
- Hasibuan, Malayu S.P., *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*, Bumi Aksara, Jakarta, 2010
- Koontz, Harold. 1989. *Management*. MC Graw Hill, New York
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisa, Perencanaan, Implikasi dan Kontrol*. Jilid I. Jakarta: PT Prenhallindo
- Kotler, Philip. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: PT Indeks
- Lovelock, Christopher. 1988.. *Managing Service: Marketing, Operations and Human Resources*, London: Prentice Hall
- Lovelock, Christopher H. 1991. *Service Marketing: Text, Cases and Reading*. New Jersey: Prentice Hall, Englewood Cliffs
- Lumbanraja, Morata. 2008. *Kualitas Pelayanan Direktorat Hak Cipta, Desain Industri, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu dan Rahasia Dagang, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual*. Tesis. Universitas Indonesia
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*, Edisi I, Jakarta : Salemba Empat
- Macaulay, Steve, Sarah Cook. 1997. *How to Improve Your Customer Services. Kiat Meningkatkan Pelayanan bagi Pelanggan*. Terjemahan Yoshua Sambodo. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

- Moenir, H. A. S. 2000. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Mudic, Peter and Angela Cottam. 1993. *The Management and Marketing of Services*, Butterworth-Heinemann Ltd. Oxford
- Oliver, R. 1997. *Satisfaction : A behavioral perspective on the Consumer*, McGraw-Hill, New York, NY
- Parasuraman, Zeithaml, Valerie A. dan L. Berry. 1990. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Satisfaction*. The Free Press Collier
- Payne, A. 2000. *The Esence Of Service Marketing: Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Ruslan Silondae. 2002. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pensertifikatan Hak atas Tanah pada Kantor Pertanahan Kab. Pekalongan. *Tesis*. UNDIP
- Sampara, Lukman. 2000, *Manajemen Kualitas Pelayanan*, Jakarta: STIA LAN Press.
- Soeling, Pantius. D. 19973 Pemberdayaan SDM untuk peningkatan Pelayanan. *Jurnal Bisnis dan Birokrasi*. Nomor 2, Vol.III. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung. Alfabeta
- Suksmaningsih (1997:1-2), *Jurnal tentang Kepuasan Pelanggan*
- Swasta, Basu DH. 1984. *Asas-asas Marketing*. Jogjakarta: Liberty
- Shelton, Ken. 1997. *In Search of Quality*. Jakarta: PT. Gramedia. Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy. 1996. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi
- _____. 1998. *Prinsip-prinsip Total Service*. Yogyakarta: Andi Offset
- _____. 2000. *Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi Offset
- _____. 2008. *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: Andi Offset
- Triguno. 1997. *Budaya Kerja, Meningkatkan Lingkungan yang Kondusif untuk Meningkatkan Produktifitas Kerja*. Jakarta: Golden Terayon Press.

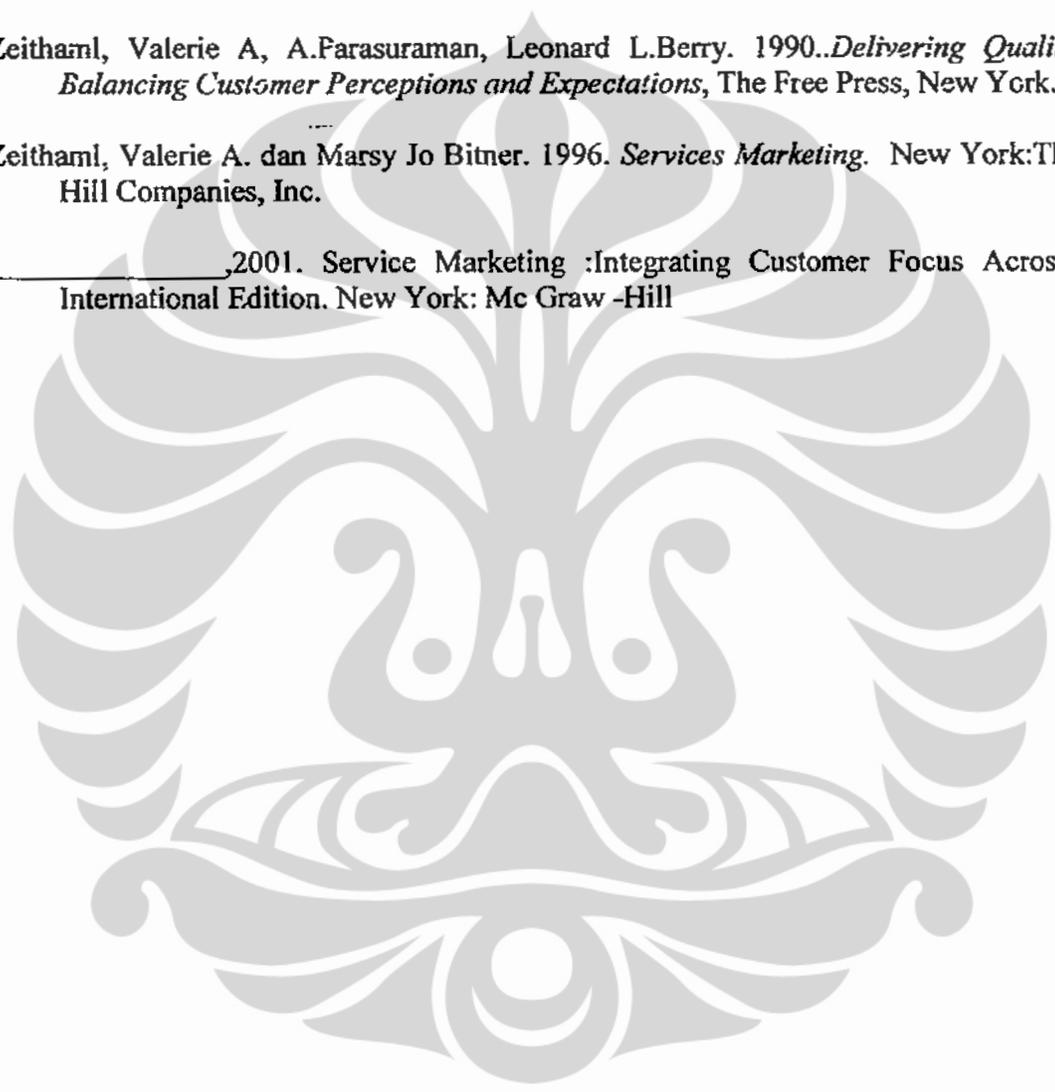
Widodo, Joko. 2001. *Good Governance : Akuntabilitas dan Kontrol Birokrasi pada Era Desentralisasi dan Otonomi Daerah*. Surabaya: Insan Cendekia

A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry dimulai pada tahun 1985 : *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*, yang dipublikasikan di *Journal of Marketing*

Zeithaml, Valerie A, A.Parasuraman, Leonard L.Berry. 1990..*Delivering Quality service : Balancing Customer Perceptions and Expectations*, The Free Press, New York.

Zeithaml, Valerie A. dan Marsy Jo Bitner. 1996. *Services Marketing*. New York:The McGraw-Hill Companies, Inc.

_____,2001. *Service Marketing :Integrating Customer Focus Across the Firm*. International Edition. New York: Mc Graw -Hill



Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.
Bapak/Ibu/Sdr.....
Di Tempat

Dengan Hormat,

Bersama surat isian kuesioner ini, dan dengan segala kerendahan hati dari peneliti, kami mohon kesediaan anda untuk dapat berpartisipasi dalam penelitian ini dengan menjawab sejumlah pertanyaan dengan jawaban yang telah disediakan. Tujuan dari penelitian ini adalah demi meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna TI pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (DJHKI). Sedangkan bagi peneliti sendiri, maksud diadakannya penelitian ini dalam rangka penulisan tesis, yaitu untuk memenuhi persyaratan memperoleh derajat S-2 Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Indonesia.

Atas perhatian, kerjasama dan partisipasi yang anda berikan, peneliti mengucapkan terimakasih.

Pelaksana Penelitian

Diby Puruso

A. KUALITAS PELAYANAN

Bagian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kualitas pelayanan yang diterima oleh pengguna TI menurut persepsi responden, yang merupakan pihak manajemen, berdasarkan beberapa indikator yang dijabarkan di bawah ini.

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
	Indikator Tangibles (keberwujudan)					
1.	Peralatan TI yang digunakan oleh pengguna memiliki bentuk yang baik secara fisik	1	2	3	4	5
2.	Petugas Direktorat TI berpenampilan rapi	1	2	3	4	5
3.	Petugas Direktorat TI menggunakan identitas diri	1	2	3	4	5
4.	Petugas Direktorat TI memiliki perlengkapan yang memadai untuk memberikan solusi bagi pengguna	1	2	3	4	5
	Indikator Reliability (kehandalan)					
5.	Petugas Direktorat TI mampu memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi pengguna sesuai jadwal dan waktu yang telah dijanjikan	1	2	3	4	5
6.	Petugas Direktorat TI teliti dan akurat dalam menangani berkas yang berkaitan dengan permohonan untuk pemberian solusi	1	2	3	4	5
7.	Petugas Direktorat TI mampu memberikan solusi sesuai yang telah dijanjikan	1	2	3	4	5
8.	Prosedur permohonan untuk pemberian solusi mudah dan tidak berbelit-belit					
	Indikator Responsiveness (ketanggapan)					
9.	Petugas Direktorat TI cepat tanggap dalam melayani keluhan pengguna	1	2	3	4	5
10.	Petugas Direktorat TI segera memberikan respon dan menindaklanjuti keluhan yang disampaikan pengguna	1	2	3	4	5
11.	Petugas Direktorat TI memberikan informasi yang jelas berkaitan dengan masalah yang dihadapi pengguna	1	2	3	4	5
12.	Petugas Direktorat TI mau membantu dan memberikan solusi untuk masalah yang dihadapi pengguna	1	2	3	4	5

Indikator Assurance (jaminan)						
13.	Petugas Direktorat TI bersikap sopan dan sabar dalam melayani pengguna	1	2	3	4	5
14.	Petugas Direktorat TI memiliki sikap yang profesional dan percaya diri dalam menjawab pertanyaan pengguna	1	2	3	4	5
15.	Petugas Direktorat TI mengelola berkas dengan baik sehingga tidak tertukar atau hilang	1	2	3	4	5
16.	Petugas Direktorat TI memberikan pelayanan yang sama terhadap semua pengguna tanpa ada yang diistimewakan	1	2	3	4	5
Indikator Emphaty (kesungguhan)						
17.	Petugas Direktorat TI menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan pengguna	1	2	3	4	5
18.	Petugas Direktorat TI memberikan kenyamanan kepada pengguna ketika memberikan pelayanan	1	2	3	4	5
19.	Petugas Direktorat TI bersikap simpatik yang ditunjukkan dengan gerak-gerik dan tutur kata	1	2	3	4	5
20.	Petugas Direktorat TI mau mendengarkan keluhan pengguna jasa	1	2	3	4	5

B. STANDAR KUALITAS LAYANAN

Bagian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana standar kualitas pelayanan yang dimiliki Direktorat TI, mengenai beberapa indikator yang dijabarkan di bawah ini.

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
Indikator Tangibles (keberwujudan)						
1.	Peralatan TI yang digunakan oleh pengguna memiliki bentuk yang baik secara fisik	1	2	3	4	5
2.	Petugas Direktorat TI berpenampilan rapi	1	2	3	4	5
3.	Petugas Direktorat TI menggunakan identitas diri	1	2	3	4	5
4.	Petugas Direktorat TI memiliki perlengkapan yang memadai untuk memberikan solusi bagi pengguna	1	2	3	4	5
Indikator Reliability (kehandalan)						
5.	Petugas Direktorat TI mampu memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi pengguna sesuai jadwal dan	1	2	3	4	5

	waktu yang telah dijanjikan					
6.	Petugas Direktorat TI teliti dan akurat dalam menangani berkas yang berkaitan dengan permohonan untuk pemberian solusi	1	2	3	4	5
7.	Petugas Direktorat TI mampu memberikan solusi sesuai yang telah dijanjikan	1	2	3	4	5
8.	Prosedur permohonan untuk pemberian solusi mudah dan tidak berbelit-belit					
	Indikator Responsiveness (ketanggapan)					
9.	Petugas Direktorat TI cepat tanggap dalam melayani keluhan pengguna	1	2	3	4	5
10.	Petugas Direktorat TI segera memberikan respon dan menindaklanjuti keluhan yang disampaikan pengguna	1	2	3	4	5
11.	Petugas Direktorat TI memberikan informasi yang jelas berkaitan dengan masalah yang dihadapi pengguna	1	2	3	4	5
12.	Petugas Direktorat TI mau membantu dan memberikan solusi untuk masalah yang dihadapi pengguna	1	2	3	4	5
	Indikator Assurance (jaminan)					
13.	Petugas Direktorat TI bersikap sopan dan sabar dalam melayani pengguna	1	2	3	4	5
14.	Petugas Direktorat TI memiliki sikap yang profesional dan percaya diri dalam menjawab pertanyaan pengguna	1	2	3	4	5
15.	Petugas Direktorat TI mengelola berkas dengan baik sehingga tidak tertukar atau hilang	1	2	3	4	5
16.	Petugas Direktorat TI memberikan pelayanan yang sama terhadap semua pengguna tanpa ada yang diistimewakan	1	2	3	4	5
	Indikator Emphaty (kesungguhan)					
17.	Petugas Direktorat TI menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan pengguna	1	2	3	4	5
18.	Petugas Direktorat TI memberikan kenyamanan kepada pengguna ketika memberikan pelayanan	1	2	3	4	5
19.	Petugas Direktorat TI bersikap simpatik yang ditunjukkan dengan gerak-gerik dan tutur kata	1	2	3	4	5
20.	Petugas Direktorat TI mau mendengarkan keluhan pengguna jasa	1	2	3	4	5

Lampiran 2

DATA VARIABEL KUALITAS PELAYANAN YANG DIPERSEPSIKAN																								
NO.	NOMOR ITEM																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	Total	9	10	11	12	Total	13	14	15	16	Total	17	18	19	20	Total
1	3	3	2	2	2	3	2	3	10	2	3	2	3	10	4	4	4	4	16	4	3	2	2	11
2	3	2	4	2	2	2	2	4	10	2	4	2	3	11	2	3	4	5	14	4	4	2	4	14
3	3	4	3	4	3	4	3	4	14	4	4	2	2	12	3	2	3	3	11	3	4	4	3	14
4	1	3	3	3	3	3	4	2	12	2	3	3	3	11	3	3	3	4	13	2	2	2	3	9
5	3	3	2	3	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	2	2	3	2	9	3	2	2	2	9
6	4	3	4	3	3	3	3	3	12	4	2	4	4	14	4	4	3	4	15	3	3	4	4	14
7	3	2	3	3	4	3	4	3	14	2	4	4	3	13	3	3	4	4	14	3	3	2	3	11
8	3	3	4	3	4	5	4	4	17	3	4	4	4	15	3	4	4	5	16	4	4	3	4	15
9	3	2	1	3	1	2	3	2	8	2	2	3	2	9	2	2	2	3	9	2	2	2	1	7
10	2	3	2	1	2	3	2	3	10	2	3	2	3	10	3	3	2	3	11	2	3	2	2	9
11	4	3	4	4	2	3	4	3	12	4	3	2	3	12	3	4	3	4	14	3	3	4	4	14
12	3	3	4	2	4	3	2	3	12	3	2	3	3	11	2	3	4	3	12	2	3	3	4	12
13	3	3	2	3	3	3	3	2	11	3	3	3	2	11	3	3	4	3	13	4	2	3	2	11
14	4	3	4	2	2	3	2	3	10	3	3	3	2	11	2	2	3	3	10	3	3	3	4	13
15	2	2	3	2	2	2	3	2	9	3	2	1	2	8	2	2	2	2	8	3	2	3	3	11
16	2	3	4	3	2	3	2	3	10	2	3	4	3	12	3	3	2	3	11	4	3	2	4	13
17	3	3	4	3	5	3	4	3	15	4	3	4	3	14	3	4	3	2	12	3	3	4	4	14
18	2	4	4	3	4	3	4	3	14	3	3	3	2	11	3	3	4	3	13	4	3	3	4	14
19	3	5	4	3	3	4	4	4	15	3	4	4	4	15	3	3	3	3	12	3	4	3	4	14
20	2	4	2	2	4	3	2	3	12	2	4	4	3	13	3	3	5	3	14	3	3	2	2	10
21	2	3	2	1	3	2	2	3	10	3	2	2	3	10	2	1	3	2	8	3	2	3	2	10

22	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	17	3	4	3	4	4	4	5	4	4	17	4	4	3	5	16
23	4	3	4	5	16	4	4	4	3	15	4	3	3	3	4	14	4	3	2	3	12	2	3	4	4	13
24	3	3	2	3	11	2	2	4	5	13	2	3	3	3	3	11	3	4	4	3	14	2	5	2	2	11
25	4	5	3	4	16	4	4	3	4	15	2	4	3	4	13	4	4	3	4	3	15	3	4	2	3	12
26	3	4	3	4	14	3	2	3	2	10	3	4	2	4	13	4	4	3	2	3	13	3	2	3	3	11
27	5	3	4	4	16	4	4	4	3	15	4	4	2	3	13	5	3	5	3	3	16	4	3	4	4	15
28	3	4	4	5	16	4	4	3	4	15	3	3	3	3	11	4	3	4	4	3	15	3	4	3	4	14
29	3	2	2	4	11	5	4	3	4	16	3	4	4	4	15	4	4	3	4	3	15	3	4	3	2	12
30	3	3	4	3	13	4	3	4	4	15	4	3	4	3	14	4	3	2	3	3	12	2	4	4	4	14
31	5	0	4	3	15	4	3	2	3	12	2	3	3	3	11	4	2	3	3	3	12	3	3	2	4	12
32	2	1	3	2	8	2	2	3	4	11	3	4	3	4	14	3	3	4	4	3	13	3	4	3	3	13
33	3	2	2	3	10	2	3	2	2	9	2	3	4	4	13	4	3	2	3	3	12	3	2	2	2	9
34	2	2	2	2	8	3	4	3	4	14	3	4	3	4	14	4	3	4	4	3	14	4	4	3	2	13
35	3	4	3	3	13	3	3	4	5	15	4	2	3	4	13	4	4	5	4	4	17	3	5	4	3	15
36	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	5	3	4	3	3	15	4	4	4	4	16
37	2	2	2	2	8	2	3	2	3	10	3	3	2	2	10	3	4	4	4	3	14	3	3	3	2	11
38	2	1	3	4	10	3	3	4	3	13	4	3	4	3	14	4	4	3	2	2	13	3	3	4	3	13
39	2	3	4	4	13	3	3	3	4	13	4	4	4	4	15	4	3	2	2	2	11	4	4	4	4	16
40	4	4	4	4	16	3	4	3	4	14	4	3	4	4	15	4	2	4	3	3	13	4	4	4	4	16
41	3	2	3	2	10	2	4	3	2	11	2	4	3	3	12	4	4	2	4	4	14	4	2	2	3	11
42	3	4	2	4	13	3	2	2	1	8	3	2	2	2	10	2	2	2	2	2	8	3	1	3	2	9
43	3	5	3	3	14	2	1	2	3	8	2	3	1	3	9	2	2	3	3	10	3	3	2	3	11	
44	4	5	4	3	16	3	3	4	2	12	4	2	3	4	13	2	5	4	2	2	13	3	2	4	4	13
45	2	2	3	2	9	1	2	3	3	9	3	3	4	3	13	4	3	4	3	4	14	4	3	3	3	13
46	2	3	2	1	8	2	2	2	2	8	2	3	4	4	13	4	4	3	4	3	15	3	2	2	2	9
47	3	2	2	2	9	1	3	3	3	10	3	2	3	2	10	2	2	2	2	2	8	2	3	3	2	10
48	5	4	1	2	12	3	2	3	3	11	3	2	2	3	10	2	3	2	3	10	2	3	3	3	1	9

Analisis Kalitas... Doby Puruso, Pasca UJ, 2011

49	3	2	1	2	8	3	3	3	3	3	12	4	3	4	4	4	4	3	4	15	4	3	4	5	3	4	1	13
50	4	2	1	2	9	3	4	3	3	3	13	2	3	4	4	3	3	5	3	14	4	3	5	4	3	2	1	10
51	2	4	3	4	13	3	4	5	5	5	17	3	4	3	4	4	4	4	16	3	5	4	4	3	5	3	3	14
52	5	3	4	3	15	4	3	2	3	2	12	2	3	3	3	2	3	3	12	3	3	3	3	3	3	2	4	12
53	2	1	3	2	8	2	2	3	4	2	11	3	4	3	4	3	3	3	14	3	4	3	3	4	4	3	3	13
54	3	2	2	3	10	2	3	2	2	3	9	2	3	4	4	3	2	2	13	3	2	3	3	2	2	2	2	9
55	2	2	2	2	8	3	4	3	4	3	14	3	4	3	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	3	2	13	
56	3	4	3	3	13	3	3	4	5	5	15	4	2	3	4	4	5	4	17	3	5	4	4	5	4	3	15	
57	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	16	4	3	4	3	4	3	4	15	4	4	3	4	4	4	4	16	
58	4	5	4	5	18	4	4	3	2	3	12	4	3	5	4	4	5	3	15	4	4	5	3	4	3	4	15	
59	2	1	3	4	10	3	3	3	4	3	13	4	3	4	3	4	4	3	14	3	3	2	2	3	3	4	13	
60	2	3	4	4	13	3	3	3	4	4	13	4	4	4	4	3	2	2	11	4	4	2	2	4	4	4	16	
61	5	3	4	3	15	4	4	3	2	3	12	2	3	3	3	2	3	3	12	3	3	3	3	3	2	2	4	12
62	2	1	3	2	8	2	2	3	4	3	11	3	4	3	4	3	3	4	13	3	4	3	4	3	4	3	13	
63	3	2	2	3	10	2	3	2	2	2	9	2	3	4	4	4	3	2	12	3	2	3	2	2	2	2	9	
64	2	2	2	2	8	3	4	3	4	3	14	3	4	3	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	3	2	13	
65	3	4	3	3	13	3	3	4	4	5	15	4	2	3	4	4	5	4	17	3	5	4	4	5	4	3	15	
66	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	16	4	3	4	3	4	3	4	15	4	4	3	4	4	4	4	16	
67	2	2	2	2	8	2	4	2	4	2	11	3	3	2	2	2	4	4	14	3	3	3	3	3	3	2	11	
68	2	1	3	4	10	3	2	3	3	3	11	4	3	4	3	4	3	2	11	3	3	2	4	3	4	3	13	
69	3	3	2	2	10	2	3	2	3	2	10	2	3	2	3	4	4	4	15	2	3	4	4	2	3	2	9	
70	3	2	4	2	11	2	2	2	2	4	10	2	4	2	3	4	4	5	14	2	4	2	4	2	4	2	12	
71	3	4	3	4	14	3	4	3	4	3	14	4	4	2	2	3	2	4	12	3	4	4	4	4	4	3	14	
72	1	3	3	3	10	3	3	4	2	3	12	2	3	3	3	3	3	4	13	2	2	3	4	2	2	3	9	
73	3	3	2	3	11	2	2	2	2	2	8	2	2	2	2	2	3	2	9	3	2	3	2	2	2	2	9	
74	4	3	4	3	14	3	3	3	3	3	12	4	2	4	4	4	4	4	15	3	3	4	4	3	4	4	14	
75	3	2	3	3	11	4	4	3	4	4	14	2	4	4	4	3	4	4	14	3	3	4	4	4	4	2	11	

76	3	3	4	3	13	4	5	4	4	17	3	4	4	2	4	13	2	4	4	5	15	4	4	3	4	15
77	3	2	1	3	9	1	2	3	2	8	2	2	2	3	2	9	2	2	2	3	9	2	2	2	1	7
78	2	3	2	1	8	2	3	2	3	10	2	3	2	3	2	10	3	3	2	3	11	2	3	2	2	9
	2.95	2.88	2.97	2.94	11.74	2.90	3.05	3.04	3.21	12.19	2.95	3.12	3.08	3.18	12.32	3.31	3.13	3.31	3.31	3.27	13.01	3.13	3.21	2.95	2.97	12.26

DATA VARIABEL KUALITAS PELAYANAN YANG DIPERSEPSIKAN

NO.	NOMOR ITEM																								
	1	2	3	4	Total	5	6	7	8	Total	9	10	11	12	Total	13	14	15	16	Total	17	18	19	20	Total
1	5	4	5	5	19	4	5	5	5	19	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18
2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
3	5	4	5	4	18	4	4	5	4	17	5	4	5	4	18	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17
4	4	5	4	5	18	4	4	4	5	17	4	5	5	4	18	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20
6	4	5	5	4	18	4	4	5	4	17	5	4	5	4	18	4	4	5	4	17	5	4	5	4	18
7	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
8	5	5	4	4	18	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17
9	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
10	5	5	5	4	19	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17
11	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17	4	5	4	5	18	4	5	5	4	18	5	5	4	4	18
12	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	4	5	5	5	19	4	4	5	4	17	4	5	5	5	19
13	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19	5	4	5	5	19	4	5	4	5	18	4	4	5	5	18
14	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18
15	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
17	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	5	5	4	5	19
18	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18	5	4	4	5	18	5	5	4	4	18	5	4	4	5	18
19	5	5	4	5	19	4	5	4	4	17	5	4	5	4	18	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18
20	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	4	5	4	5	18	5	5	4	5	19	4	5	4	5	18
21	5	5	4	5	19	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20
22	4	4	5	4	17	4	5	4	4	17	5	4	5	4	18	4	4	5	4	17	5	4	5	4	18

50	4	5	5	4	5	4	4	4	5	18	5	4	4	5	5	18	5	5	5	4	4	19	4	4	5	4	17
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	19	4	5	5	5	19
52	5	5	4	5	5	5	5	5	4	19	5	4	5	5	5	19	5	5	5	4	5	19	4	4	5	5	18
53	5	4	5	4	5	5	5	5	4	19	5	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	19	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
56	4	5	4	5	5	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17	4	4	5	4	5	4	17	5	5	4	5	19
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	19	4	5	5	4	18	5	5	5	5	4	4	19	5	5	4	5	19
58	5	5	4	5	5	5	5	4	4	17	5	4	4	5	5	17	5	5	4	5	5	19	4	4	4	5	17
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
60	5	5	4	5	5	5	5	5	5	18	4	5	4	5	18	5	4	5	4	5	5	19	4	5	4	5	18
61	4	5	4	4	5	5	5	5	4	19	4	5	5	5	19	5	4	5	4	5	4	18	5	5	5	4	19
62	5	5	4	5	5	5	5	5	5	19	4	5	5	5	20	5	5	4	5	4	5	19	5	5	5	5	20
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	5	19	4	5	5	5	19
64	4	5	4	5	5	5	5	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
66	5	5	4	5	5	5	5	5	5	19	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
67	5	5	4	5	5	5	5	5	4	19	5	4	5	4	18	5	5	4	5	5	5	19	5	5	4	5	19
68	5	5	4	5	5	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
69	5	5	5	4	5	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
71	5	5	5	4	5	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20	5	4	5	4	5	4	18	4	5	5	4	18
72	4	5	4	5	5	5	5	4	5	18	4	5	4	5	18	4	5	5	5	5	5	19	5	5	5	5	20
73	5	5	5	5	5	5	5	4	5	19	5	5	5	5	19	5	4	5	5	5	5	19	5	5	5	5	20
74	4	5	5	4	5	5	4	5	4	17	5	4	5	4	18	5	4	5	5	5	5	19	5	4	5	4	18
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
76	5	5	4	4	5	5	4	4	5	17	4	4	4	5	18	5	5	4	5	4	5	19	4	4	5	4	17

Analisis kualitas... Dibatasi Puruso, Pasca U, 2011

Lampiran 3

Hasil uji Validitas dan reliabilitas Instrumen

1. Kualitas pelayanan (*Tangibles*)

Correlations

		Correlations				
		V1	V2	V3	V4	V5
V1	Pearson Correlation	1	,448*	,488**	,207	,871**
	Sig. (2-tailed)	.	,015	,007	,281	,000
	N	29	29	29	29	29
V2	Pearson Correlation	,448*	1	,209	,124	,648**
	Sig. (2-tailed)	,015	.	,276	,521	,000
	N	29	29	29	29	29
V3	Pearson Correlation	,488**	,209	1	,068	,701**
	Sig. (2-tailed)	,007	,276	.	,727	,000
	N	29	29	29	29	29
V4	Pearson Correlation	,207	,124	,068	1	,410*
	Sig. (2-tailed)	,281	,521	,727	.	,027
	N	29	29	29	29	29
V5	Pearson Correlation	,871**	,648**	,701**	,410*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,027	.
	N	29	29	29	29	29

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

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

Reliability

Warnings

The space saver method is used. That is, the covariance matrix is not calculated or used in the analysis.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	29	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	29	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,605	4

2. Keandalan (Reliability)

Correlations

Correlations

		V1	V2	V3	V4	V5
V1	Pearson Correlation	1	,571**	,057	,581**	,781**
	Sig. (2-tailed)	.	,001	,769	,001	,000
	N	29	29	29	29	29
V2	Pearson Correlation	,571**	1	,360	,456*	,832**
	Sig. (2-tailed)	,001	.	,055	,013	,000
	N	29	29	29	29	29
V3	Pearson Correlation	,057	,360	1	,104	,542**
	Sig. (2-tailed)	,769	,055	.	,590	,002
	N	29	29	29	29	29
V4	Pearson Correlation	,581**	,456*	,104	1	,716**
	Sig. (2-tailed)	,001	,013	,590	.	,000
	N	29	29	29	29	29
V5	Pearson Correlation	,781**	,832**	,542**	,716**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000	.
	N	29	29	29	29	29

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

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

Reliability

Warnings

The space saver method is used. That is, the covariance matrix is not calculated or used in the analysis.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	29	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	29	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,677	4

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Correlations

Correlations

		V1	V2	V3	V4	V5
V1	Pearson Correlation	1	,171	,440*	,568**	,686**
	Sig. (2-tailed)	.	,375	,017	,001	,000
	N	29	29	29	29	29
V2	Pearson Correlation	,171	1	,348	,219	,707**
	Sig. (2-tailed)	,375	.	,064	,254	,000
	N	29	29	29	29	29
V3	Pearson Correlation	,440*	,348	1	,495**	,762**
	Sig. (2-tailed)	,017	,064	.	,006	,000
	N	29	29	29	29	29
V4	Pearson Correlation	,568**	,219	,495**	1	,727**
	Sig. (2-tailed)	,001	,254	,006	.	,000
	N	29	29	29	29	29
V5	Pearson Correlation	,686**	,707**	,762**	,727**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	.
	N	29	29	29	29	29

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

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

Reliability

Warnings

The space saver method is used. That is, the covariance matrix is not calculated or used in the analysis.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	29	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	29	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,657	4

1. Jaminan (*Assurance*)

Correlations

		V1	V2	V3	V4	V5
V1	Pearson Correlation	1	,133	-,004	,164	,376*
	Sig. (2-tailed)	.	,491	,986	,396	,044
	N	29	29	29	29	29
V2	Pearson Correlation	,133	1	,339	,570**	,733**
	Sig. (2-tailed)	,491	.	,072	,001	,000
	N	29	29	29	29	29
V3	Pearson Correlation	-,004	,339	1	,714**	,777**
	Sig. (2-tailed)	,986	,072	.	,000	,000
	N	29	29	29	29	29
V4	Pearson Correlation	,164	,570**	,714**	1	,899**
	Sig. (2-tailed)	,396	,001	,000	.	,000
	N	29	29	29	29	29
V5	Pearson Correlation	,376*	,733**	,777**	,899**	1
	Sig. (2-tailed)	,044	,000	,000	,000	.
	N	29	29	29	29	29

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

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

Reliability

Warnings

The space saver method is used. That is, the covariance matrix is not calculated or used in the analysis.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	29	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	29	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,681	4

2. Empati (*Empathy*)

Correlations

Correlations

		V1	V2	V3	V4	V5
V1	Pearson Correlation	1	,318	,506**	,191	,654**
	Sig. (2-tailed)	.	,093	,005	,321	,000
	N	29	29	29	29	29
V2	Pearson Correlation	,318	1	,337	,455*	,708**
	Sig. (2-tailed)	,093	.	,074	,013	,000
	N	29	29	29	29	29
V3	Pearson Correlation	,506**	,337	1	,522**	,797**
	Sig. (2-tailed)	,005	,074	.	,004	,000
	N	29	29	29	29	29
V4	Pearson Correlation	,191	,455*	,522**	1	,777**
	Sig. (2-tailed)	,321	,013	,004	.	,000
	N	29	29	29	29	29
V5	Pearson Correlation	,654**	,708**	,797**	,777**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	.
	N	29	29	29	29	29

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

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

Reliability

Warnings

The space saver method is used. That is, the covariance matrix is not calculated or used in the analysis.

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	29	100,0
Excluded ^a	0	,0
Total	29	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,712	4

Lampiran 4
Hasil Analisa Deskriptif

Output Tangible

1, tangible persepsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2.6	2.6	2.6
	tidak setuju	23	29.5	29.5	32.1
	cukup setuju	35	44.9	44.9	76.9
	setuju	13	16.7	16.7	93.6
	sangat setuju	5	6.4	6.4	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

2, tangibel persepsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sabgat tidak setuju	6	7.7	7.7	7.7
	tidak setuju	21	26.9	26.9	34.6
	cukup setuju	32	41.0	41.0	75.6
	setuju	14	17.9	17.9	93.6
	sangat setuju	5	6.4	6.4	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

3, tangible persepsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	5	6.4	6.4	6.4
	tidak setuju	22	28.2	28.2	34.6
	cukup setuju	22	28.2	28.2	62.8
	setuju	28	35.9	35.9	98.7
	sangat setuju	1	1.3	1.3	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

4, tangible persepsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	4	5.1	5.1	5.1
	tidak setuju	22	28.2	28.2	33.3
	cukup setuju	30	38.5	38.5	71.8
	setuju	19	24.4	24.4	96.2
	sangat setuju	3	3.8	3.8	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

1, tangibel harapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	20	25.6	25.6	25.6
	sangat setuju	58	74.4	74.4	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

2, tangibel harapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	14	17.9	17.9	17.9
	sangat setuju	64	82.1	82.1	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

3, tangibel harapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	26	33.3	33.3	33.3
	sangat setuju	52	66.7	66.7	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

4, tangible harapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	21	26.9	26.9	26.9
	sangat setuju	57	73.1	73.1	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Output Reliability

1, reliability persepsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	4	5.1	5.1	5.1
	tidak setuju	24	30.8	30.8	35.9
	cukup setuju	28	35.9	35.9	71.8
	setuju	20	25.6	25.6	97.4
	sangat setuju	2	2.6	2.6	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

2, reliability persepsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sabgat tidak setuju	1	1.3	1.3	1.3
	tidak setuju	18	23.1	23.1	24.4
	cukup setuju	37	47.4	47.4	71.8
	setuju	20	25.6	25.6	97.4
	sangat setuju	2	2.6	2.6	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

3, reliability persepsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	24	30.8	30.8	30.8
	cukup setuju	29	37.2	37.2	67.9
	setuju	23	29.5	29.5	97.4
	sangat setuju	2	2.6	2.6	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

4, reliability persepsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1.3	1.3	1.3
	tidak setuju	16	20.5	20.5	21.8
	cukup setuju	32	41.0	41.0	62.8
	setuju	24	30.8	30.8	93.6
	sangat setuju	5	6.4	6.4	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

1, reliability harapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	24	30.8	30.8	30.8
	sangat seuju	54	69.2	69.2	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

2, reliability harapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	20	25.6	25.6	25.6
	sangat setuju	58	74.4	74.4	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

3, reliability harapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	30	38.5	38.5	38.5
	sangat setuju	48	61.5	61.5	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

4, reliability harapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	21	26.9	26.9	26.9
	sangat setuju	57	73.1	73.1	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Output Responsiveness**1, responsiveness persepsi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	28	35.9	35.9	35.9
	cukup setuju	26	33.3	33.3	69.2
	setuju	24	30.8	30.8	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

2, responsiveness persepsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	16	20.5	20.5	20.5
	cukup setuju	37	47.4	47.4	67.9
	setuju	25	32.1	32.1	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

3, responsiveness persepsi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	2	2.6	2.6	2.6
tidak setuju	19	24.4	24.4	26.9
cukup setuju	29	37.2	37.2	64.1
setuju	27	34.6	34.6	98.7
sangat setuju	1	1.3	1.3	100.0
Total	78	100.0	100.0	

4, responsiveness persepsi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	14	17.9	17.9	17.9
cukup setuju	36	46.2	46.2	64.1
setuju	28	35.9	35.9	100.0
Total	78	100.0	100.0	

1, responsiveness harapan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid setuju	23	29.5	29.5	29.5
sangat setuju	55	70.5	70.5	100.0
Total	78	100.0	100.0	

2, responsiveness harapan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid setuju	23	29.5	29.5	29.5
sangat setuju	55	70.5	70.5	100.0
Total	78	100.0	100.0	

3, responsiveness harapan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid setuju	24	30.8	30.8	30.8
sangat setuju	54	69.2	69.2	100.0
Total	78	100.0	100.0	

4, responsiveness harapan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid setuju	18	23.1	23.1	23.1
sangat setuju	60	76.9	76.9	100.0
Total	78	100.0	100.0	

Output

1, assurance persepsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	17	21.8	21.8	21.8
	cukup setuju	24	30.8	30.8	52.6
	setuju	33	42.3	42.3	94.9
	sangat setuju	4	5.1	5.1	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Assurance

2, assurance persepsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sabgat tidak setuju	1	1.3	1.3	1.3
	tidak setuju	15	19.2	19.2	20.5
	cukup setuju	36	46.2	46.2	66.7
	setuju	25	32.1	32.1	98.7
	sangat setuju	1	1.3	1.3	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

3, assurance persepsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	17	21.8	21.8	21.8
	cukup setuju	28	35.9	35.9	57.7
	setuju	25	32.1	32.1	89.7
	sangat setuju	8	10.3	10.3	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

4, assurance persepsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	14	17.9	17.9	17.9
	cukup setuju	33	42.3	42.3	60.3
	setuju	27	34.6	34.6	94.9
	sangat setuju	4	5.1	5.1	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

1, assurance harapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	28	35.9	35.9	35.9
	sangat seuju	50	64.1	64.1	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

2, assurance harapan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid setuju	25	32.1	32.1	32.1
sangat setuju	53	67.9	67.9	100.0
Total	78	100.0	100.0	

3, assurance harapan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid setuju	21	26.9	26.9	26.9
sangat setuju	57	73.1	73.1	100.0
Total	78	100.0	100.0	

4, assurance harapan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid setuju	21	26.9	26.9	26.9
sangat setuju	57	73.1	73.1	100.0
Total	78	100.0	100.0	

Output Emphaty

1, emphaty persepsi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	14	17.9	17.9	17.9
cukup setuju	41	52.6	52.6	70.5
setuju	22	28.2	28.2	98.7
sangat setuju	1	1.3	1.3	100.0
Total	78	100.0	100.0	

2, emphaty persepsi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sabgat tidak setuju	1	1.3	1.3	1.3
tidak setuju	16	20.5	20.5	21.8
cukup setuju	32	41.0	41.0	62.8
setuju	24	30.8	30.8	93.6
sangat setuju	5	6.4	6.4	100.0
Total	78	100.0	100.0	

3, emphaty persepsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	28	35.9	35.9	35.9
	cukup setuju	26	33.3	33.3	69.2
	setuju	24	30.8	30.8	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

4, emphaty persepsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	5	6.4	6.4	6.4
	tidak setuju	22	28.2	28.2	34.6
	cukup setuju	22	28.2	28.2	62.8
	setuju	28	35.9	35.9	98.7
	sangat setuju	1	1.3	1.3	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

1, emphaty harapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	28	35.9	35.9	35.9
	sangat setuju	50	64.1	64.1	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

2, emphaty harapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	23	29.5	29.5	29.5
	sangat setuju	55	70.5	70.5	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

3, emphaty harapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	24	30.8	30.8	30.8
	sangat setuju	54	69.2	69.2	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

4, emphaty harapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	21	26.9	26.9	26.9
	sangat setuju	57	73.1	73.1	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Lampiran 5
Uji Beda

T-Test

[DataSet0]

Paired Samples Statistics

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	11.7436	78	2.72285	.30830
tangibles yg diharapkan	18.9615	78	.90371	.10232

Paired Samples Correlations

	N	Correlation	Sig.
Pair 1	78	-.184	.108
Tangibles & tangibles yg diharapkan			

Paired Samples Test

	Paired Differences				
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference	Sig.
				Lower	Upper
Pair 1	-7.21795	3.02220	.34220	-7.89935	-6.53655
Tangibles - tangibles yg diharapkan					
			t	df	Sig. (2-tailed)
			-21.093	77	.000

T-TEST
 PAIRS = VAR00002 WITH VAR00007 (PAIRED)
 /CRITERIA = CI(.95)
 /MISSING = ANALYSIS.

T-Test

[DataSet0]

Paired Samples Statistics

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 reliability	12.1923	78	2.56377	.29029
reliability yg diharapkan	18.7821	78	1.05249	.11917

Paired Samples Correlations

Pair	N	Correlation	Sig.
1 reliability & reliability yg diharapkan	78	-.119	.299

Paired Samples Test

Pair	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
1 reliability - reliability yg diharapkan	6.58974	2.88496	.32666	-7.24020	-5.93928	-20.173	77	.000

T-TEST
 PAIRS = VAR00003 WITH VAR00008 (PAIRED)
 /CRITERIA = CI (.95)
 /MISSING = ANALYSIS.

T-Test

[DataSet0]

Paired Samples Statistics

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 responsiveness yang diharapkan	12.3205	78	1.94398	.22011
	18.8718	78	.93084	.10540

Paired Samples Correlations

	N	Correlation	Slg.
Pair 1 responsiveness & responsiveness yang diharapkan	78	-.264	.019

Paired Samples Test

	Paired Differences							
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
				Lower	Upper			
Pair 1 responsiveness - responsiveness yang diharapkan	-6.55128	2.36669	.26798	-7.08489	-6.01768	-24.447	77	.000

T-TEST
 PAIRS = VAR00004 WITH VAR00009 (PAIRED)
 /CRITERIA = CI(.95)
 /MISSING = ANALYSIS.

T-Test

[DataSet0]

Paired Samples Statistics

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair assurance	13.0128	78	2.29903	.26031
1 assurance yg diharapkan	18.7821	78	1.08887	.12329

Paired Samples Correlations

Pair		N	Correlation	Sig.
1	assurance & assurance yg diharapkan	78	-.097	.396

Paired Samples Test

Pair	assurance - assurance yg diharapkan	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
1		-5.76923	2.63800	.29869	-6.36401	-5.17445	-19.315	77	.000

T-TEST
 PAIRS = VAR00005 WITH VAR00010 (PAIRED)
 /CRITERIA = CI (.95)
 /MISSING = ANALYSIS.

T-Test

[DataSet0]

Paired Samples Statistics

Pair		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
1	emphaty yang diharapkan	12.2564	78	2.35453	.26660
	emphaty yang diharapkan	18.7692	78	1.05588	.11956

Paired Samples Correlations

Pair	N	Correlation	Sig.
1 emphaty & emphaty yang diharapkan	78	-.253	.026

Paired Samples Test

	Paired Differences		95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Lower	Upper			
Pair 1 emphaty - emphaty yang diharapkan	-6.51282	2.81344	-7.14715	-5.87849	-20.445	77	.000