

**ANALISIS MUTU PELAYANAN PENDIDIKAN BERDASARKAN
PERSEPSI DAN HARAPAN MAHASISWA DENGAN
MENGUNAKAN METODE SERVQUAL
(Studi kasus di Jurusan Teknik Industri FTI-UII)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Industri**



Oleh :

Nama : Indita Ratih

No Mahasiswa : 01522201

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2007

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

ANALISIS MUTU PELAYANAN PENDIDIKAN
BERDASARKAN PERSEPSI DAN HARAPAN MAHASISWA
DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL

(Studi kasus di Jurusan Teknik Industri FTI-UII)



Oleh:
Nama : Indita Ratih
No Mahasiswa : 01522201

Yogyakarta, 8 Februari 2007

Menyetujui,

Pembimbing Skripsi

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Ibnu Mastur', is written over a horizontal line. Below the signature, the name and title '(Drs M. Ibnu Mastur, MSIE)' are printed in a bold, sans-serif font.

(Drs M. Ibnu Mastur, MSIE)

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

ANALISIS MUTU PELAYANAN PENDIDIKAN BERDASARKAN PERSEPSI DAN HARAPAN MAHASISWA DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL (Studi Kasus di Jurusan Teknik Industri FTI-UII)

Telah Dipertahankan di Depan Sidang Penguji Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia

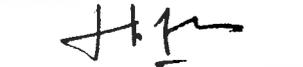
Yogyakarta, 27 Februari 2007

Tim Penguji

Drs. M. Ibnu Mastur, MSIE
Ketua

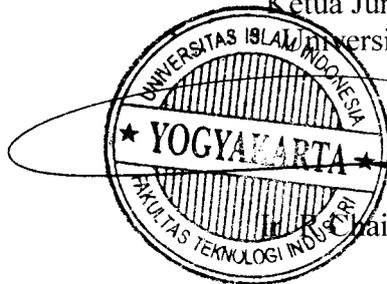
Ir.Hudaya,MM
Anggota I

Ir.Hartomo,M.Sc
Anggota II



Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri
Universitas Islam Indonesia



Chairul Saleh, M.Sc,Ph.D

KATA PENGANTAR



Assalammu alaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur kami ucapkan kehadiran Allah SWT atas berkah dan rahmatnya, penulis bisa menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Pelaksanaan Tugas Akhir merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana (S1) di Fakultas Teknologi Industri Jurusan Teknik Industri.

Dalam menyusun tugas akhir ini penulis banyak memperoleh dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Dengan segenap ketulusan hati pada kesempatan kali ini penyusun ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Drs. M. Ibnu Mastur, MSIE sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran dan meluangkan waktu sampai terselesainya laporan ini.
4. Seluruh staf dan karyawan yang telah membantu dalam melaksanakan penelitian.
5. Kedua orang tua Ir. Teguh Budi Suprpto dan Dra. Noor Suparyanti, M.Pd dan eyang kakung H. Soekardji, yang selalu memberi dukungan baik material maupun spiritual dan tidak pernah lelah dalam membimbing dan memberi semangat.

6. Rekan-rekan mahasiswa, Rini, Wiwik, Nazmeen, Indry, Indah, Pito, Dini, Anna dan yang lainnya, yang banyak membantu memberikan masukan yang berguna dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan penulis sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan. Akhir kata semoga hasil karya ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan.

Wassalamu alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, Februari 2007

Penulis

ABSTRAKSI

Setiap usaha baik usaha produk barang maupun jasa, termasuk jasa pendidikan, pada dasarnya dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen atau pelanggan. Untuk mengetahui nilai kualitas pelayanan dan mengetahui prioritas usaha-usaha perbaikan, perlu dilakukan pengukuran penilaian pelanggan.

Dalam upaya peningkatan mutu pelayanan pendidikan diperlukan uji lapangan, dalam studi kasus ini digunakan teori Parasuraman yang menggunakan metode servqual untuk mengetahui tingkat kesenjangan/ gap yang terjadi antara pelayanan yang dirasakan dan harapan yang diinginkan. Kemudian digunakan diagram kartesius untuk mengetahui prioritas utama yang perlu dilakukan perbaikan agar dapat memenuhi harapan pelanggan.

Hasil analisa servqual menyimpulkan bahwa rata-rata gap terbesar terdapat pada dimensi responsiveness dengan nilai gap sebesar -1,0476. Dari hasil ini tampak bahwa mahasiswa merasakan tingkat kesenjangan yang lebih tinggi pada dimensi responsiveness dibandingkan dimensi-dimensi lainnya. Berdasarkan hasil studi kasus ini pihak perwakilan mahasiswa perlu memberikan masukan (input) mengenai perbaikan pelayanan pendidikan kepada pihak manajemen yang terkait dengan harapan dapat memperbaiki pelayanan pendidikan seperti kecepatan dalam menanggapi aspirasi mahasiswa, kecepatan/ kemudahan pelayanan administrasi.

Kata Kunci: Servqual, Diagram kartesius, Mutu, Pelayanan pendidikan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i	
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	ii	
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iii	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv	
KATA PENGANTAR	v	
ABSTRAKSI	vii	
DAFTAR ISI	viii	
DAFTAR TABEL	xi	
DAFTAR GAMBAR	xii	
BAB I	PENDAHULUAN	
	I.1 Latar Belakang Masalah	1
	I.2 Perumusan Masalah	3
	I.3 Batasan Masalah	4
	I.4 Tujuan Penelitian	4
	I.5 Manfaat Penelitian	5
	I.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II	LANDASAN TEORI	
	II.1 Jasa	
	II.1.1 Definisi Jasa	7
	II.1.2 Karakteristik Jasa	8

	II.1.3 Klasifikasi Jasa	9
	II.2 Kualitas	
	II.2.1 Pengertian Mutu/kualitas	11
	II.2.2 Definisi Kualitas Jasa	15
	II.2.3 Tolak Ukur Kualitas Jasa	18
	II.2.4 Hakikat Kepuasan Pelanggan	19
	II.2.5 Menjaga Hubungan Pelanggan	23
	II.2.6 Manajemen Pendidikan Industri	24
	II.3 Servqual: Suatu cara mengukur kualitas layanan	
	II.3.1 Model Kesenjangan Kepuasan Konsumen	28
	II.3.2 Konsep Service Quality	31
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	III.1 Obyek Penelitian	37
	III.2 Sumber Data	37
	III.3 Metode Pengumpulan Data	38
	III.4 Metode Pengambilan Sampel	39
	III.5 Metode Pengolahan Data	41
	III.6 Analisa Penelitian	46
	III.7 Diagram Alir Penelitian	48
BAB IV	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	
	IV.1 Latar Belakang	
	IV.1.1 Sejarah Teknik Industri	50
	IV.1.2 Nilai dasar, Visi, Misi dan Tujuan	53

IV.1.3 Sumber Daya Universitas	54
IV.1.4 Pelayanan di Teknik Industri FTI-UII	56
IV.2 Pengumpulan Data	59
IV.3 Pengujian Kuisisioner	61
IV.4 Perhitungan Gap	74
BAB V	
PEMBAHASAN	
V.1 Analisis Servqual	87
V.2 Pembahasan Analisis Servqual	95
V.3 Analisis Kualitas	96
V.4 Pembahasan Analisis Kualitas	96
V.5 Analisis Diagram Kartesius	97
V.6 Pembahasan Diagram Kartesius	97
BAB VI	
KESIMPULAN DAN SARAN	
VI.1 Kesimpulan	118
VI.2 Saran	119

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel: 4.3 Tabel r untuk db 60 dan 120	61
Tabel: 4.4 Perhitungan uji validitas butir ke 1 dimensi tangible	62
Tabel: 4.5 Uji validitas seluruh dimensi	66
Tabel: 4.6. Iterasi ke 2 uji validitas dimensi emphaty	70
Tabel: 4.7 Tabel r untuk db 60 dan 120	71
Tabel: 4.8 Perhitungan uji reliabilitas dimensi tangible	71
Tabel: 4.9 Harapan, pelayanan dan gap dimensi tangible	75
Tabel: 4.10 Harapan, pelayanan dan gap dimensi reliability	75
Tabel: 4.11 Harapan, pelayanan dan gap dimensi responsiveness	75
Tabel: 4.12 Harapan, pelayanan dan gap dimensi assurance	76
Tabel: 4.13 Harapan, pelayanan dan gap dimensi emphaty	76
Tabel: 4.14 Harapan, pelayanan dan gap dimensi servqual	76
Tabel: 4.15 Kualitas pelayanan tiap dimensi	77
Tabel: 4.16 Rata-rata harapan dan pelayanan dari dimensi tangible	78
Tabel: 4.17 Rata-rata harapan dan pelayanan dari dimensi reliability	80
Tabel: 4.18 Rata-rata harapan dan pelayanan dari dimensi responsiveness	81
Tabel: 4.19 Rata-rata harapan dan pelayanan dari dimensi assurance	83
Tabel: 4.20 Rata-rata harapan dan pelayanan dari dimensi emphaty	84
Tabel: 4.21 Rata-rata harapan dan pelayanan dari dimensi servqual	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 standar-standar mutu	15
Gambar 2.2: Alur pikir pengukuran harapan, persepsi untuk melihat kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan pendidikan	22
Gambar 2.3 Pelanggan Pendidikan	26
Gambar 2.4 Kualitas jasa	30
Gambar 2.5 Gambar Diagram Kartesius	35
Gambar 2.6 diagram tulang ikan (fishbone diagram) atau diagram Ishikawa	36
Gambar 4.1 Diagram Kartesius Dimensi Tangible	79
Gambar 4.2 Diagram Kartesius Dimensi Reliability	81
Gambar 4.3 Diagram Kartesius Dimensi Responsiveness	82
Gambar 4.4 Diagram Kartesius Dimensi Assurance	84
Gambar 4.5 Diagram Kartesius Dimensi Emphaty	85
Gambar 4.6 Diagram Kartesius Dimensi Servqual	86

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Salah satu indikator untuk menentukan kualitas sumber daya manusia adalah tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang. Untuk memperoleh SDM yang berkualitas, diperlukan pendidikan yang berkualitas pula. Selama proses pendidikan ini berjalan tentunya memerlukan kontribusi yang baik dari berbagai komponen-komponen dalam penyelenggaraan pendidikan ini. Adapun pelayanan pendidikan adalah salah satu komponen yang memiliki posisi utama dalam menyelenggarakan proses pendidikan di pendidikan formal.

Universitas Islam Indonesia sebagai salah satu Perguruan Tinggi yang patut diperhitungkan dalam percaturan ilmu pengetahuan memiliki program peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui program Diploma, Strata 1 dan Strata 2, akan selalu berupaya meningkatkan layanan/ jasa pendidikannya dalam rangka menarik minat calon mahasiswa maupun mengikuti persaingan kualitas sebagai lembaga penyelenggara pendidikan secara nasional maupun internasional.

Kualitas harus dicapai apabila ingin mempertahankan atau mendapatkan *competitive advantage* oleh lembaga yang menyelenggarakan pendidikan. Demikian pula UII, untuk mempertahankan *competitive advance* akan memiliki berbagai permasalahan baik internal maupun eksternal. Pada kondisi *competitive advance* ini mahasiswa yang ingin memperoleh pendidikan di UII khususnya

jurusan Teknik industri di dalam proses pendidikannya tentunya mahasiswa ini memiliki keinginan bahwa akan memperoleh pelayanan pendidikan yang sebaik-baiknya. Karena pelayanan pendidikan yang baik/optimal ini merupakan proses pendidikan yang berkualitas. Namun kenyataannya dewasa ini, mahasiswa-mahasiswa banyak yang memiliki kendala maupun permasalahan khususnya yang berhubungan dengan pelayanan pendidikan di UII.

Untuk meningkatkan pelayanan pendidikan di UII khususnya jurusan Teknik Industri maka perlu dikaji kendala maupun permasalahan dalam pelayanan pendidikan dengan harapan pelayanan pendidikan di jurusan Teknik Industri bisa berjalan dengan lebih baik dan berkontribusi positif terhadap proses pendidikan.

Penelitian terdahulu yang membahas *Mutu Pelayanan* (Danu, 2005 dan Ria, 2006) menggunakan metode servqual sebagai dasar peningkatan kepuasan. Penelitian Danu dilakukan pada PT. Garuda Indonesia Jogjakarta, sedangkan Ria melakukan penelitian pada Rumah Sakit Pertamina UP II Dumai. Dalam penelitian mereka hanya terfokus pada nilai kesenjangan/ gap untuk mengetahui mutu pelayanan menurut penilaian para respondennya. Mutu belum dapat dikatakan baik karena masih terjadi kesenjangan. Nilai kesenjangan ini menggambarkan bahwa mutu pelayanan yang diberikan belum dapat memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan dalam penelitian ini memfokuskan pada nilai kesenjangan dan nilai mutu(kualitas) untuk mengetahui mutu pelayanan menurut penilaian para mahasiswa.

I.2. Perumusan Masalah

Berdasar latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Berapa besar nilai kesenjangan/ gap yang terjadi di tinjau dari nilai pelayanan yang dirasakan dan harapan yang diinginkan mahasiswa?
2. Bagaimana mutu pelayanan di jurusan teknik industri berdasarkan nilai mutu pelayanannya?
3. Usaha –usaha perbaikan apa saja yang menjadi prioritas untuk meningkatkan mutu pelayanan?

I.3. Batasan Masalah

Untuk memfokuskan kajian pada penelitian dan penulisan skripsi ini perlu dilakukan pembatasan masalah yaitu:

1. Penelitian dilakukan di Jurusan Teknik Industri FTI-UII
2. Penelitian dilakukan dengan cara menyebar kuisisioner kepada responden secara acak yang terdiri dari mahasiswa angkatan 2005 dan sebelumnya.
3. Hal-hal yang diteliti: pelayanan dan harapan.
4. Penelitian ini dipusatkan pada pendekatan gap/ kesenjangan kualitas jasa yang bersumber dari sisi penerima pelayanan (mahasiswa).
5. Metode penelitian yang dipakai adalah metode service quality (servqual) yang dikembangkan Parasuraman, Zeithmal dan Berry.
6. Penelitian ini tidak membahas mengenai masalah biaya.

I.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan yang telah dipaparkan diatas maka penelitian dan penulisan skripsi ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Menentukan seberapa besar nilai kesenjangan yang terjadi dari nilai pelayanan yang dirasakan dan harapan yang diinginkan mahasiswa
2. Menentukan nilai mutu pelayanan di Jurusan Teknik Industri menurut penilaian mahasiswanya.
3. Menentukan prioritas usaha-usaha perbaikan untuk meningkatkan mutu pelayanan.

I.5. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan di peroleh manfaat sebagai berikut:

1. Mengetahui sikap mahasiswa terhadap jasa layanan pendidikan, sehingga pihak jurusan dapat mengetahui kualitas pelayanannya bagi konsumen/mahasiswa.
2. Sebagai bahan pertimbangan dalam rangka menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai pelayanan dan kinerjanya terhadap konsumen/mahasiswa sehingga pihak manajemen jurusan akan mengetahui dimana kekurangan dari pelayanannya, untuk bisa diambil langkah-langkah perbaikan.

I.6. Sistematika Penulisan

Penelitian ini dilakukan dalam suatu struktur format, yang diuraikan dalam kerangka pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan gambaran umum tentang penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan laporan.

BAB II LANDASAN TEORI

Menguraikan mengenai konsep-konsep teori yang mendukung penulisan laporan penelitian, terutama yang berkaitan dengan Metode servqual. Tujuan dari bab ini adalah untuk memberikan dasar atau acuan secara ilmiah yang berguna untuk membentuk kerangka berpikir yang akan berguna dalam penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini merupakan suatu jembatan antara Bab II yang berisikan teori dengan bab IV yang berisikan data-data penelitian. Bab ini menguraikan metodologi penelitian berupa langkah-langkah yang harus ditempuh dalam penelitian serta kerangka pemecahan masalah.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini mengemukakan sedikit gambaran mengenai latar belakang dan pelayanan di Universitas Islam Indonesia yang dijadikan sebagai objek penelitian.

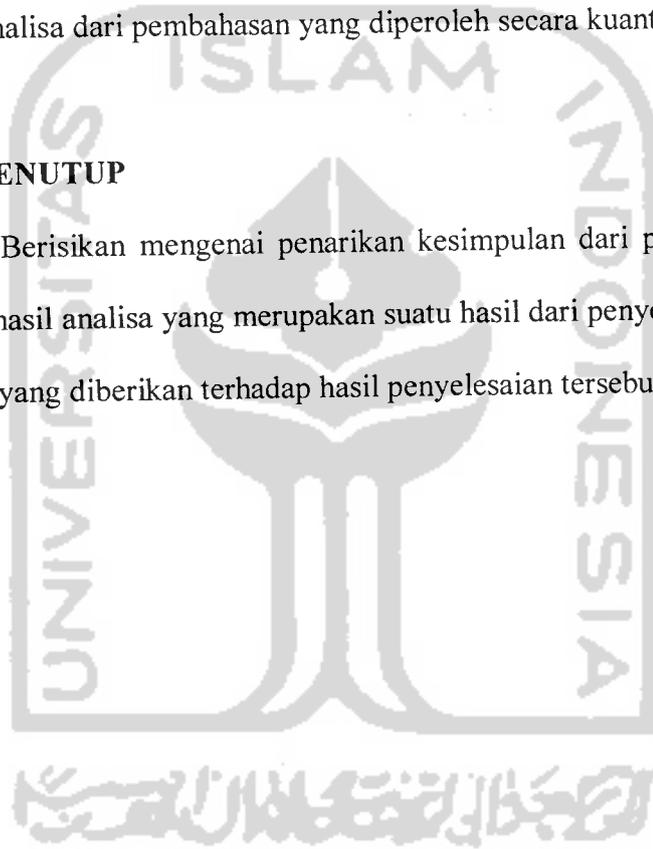
Sedangkan pengolahan meliputi semua hasil penelitian sesuai dengan teori yang digunakan.

BAB V PEMBAHASAN

Berisikan pembahasan dari pengolahan data berdasarkan teori yang ada serta analisa dari pembahasan yang diperoleh secara kuantitatif dan kualitatif.

BAB VI PENUTUP

Berisikan mengenai penarikan kesimpulan dari penelitian dan saran-saran dari hasil analisa yang merupakan suatu hasil dari penyelesaian masalah dan tanggapan yang diberikan terhadap hasil penyelesaian tersebut.



BAB II

LANDASAN TEORI

II.1. Jasa

II.1.1. Definisi Jasa

Perkembangan pemasaran berawal dari tukar-menukar barang secara sederhana tanpa menggunakan alat tukar berupa uang ataupun logam mulia.

Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, maka semakin dibutuhkan suatu alat tukar yang berlaku umum dan untuk itulah diciptakan uang. Disamping itu, manusia juga memerlukan jasa yang mengurus hal-hal tertentu, sehingga jasa menjadi bagian utama dalam pemasaran.

Berbagai definisi diberikan untuk menjelaskan tentang jasa pelayanan. **Kotler (2000,hal.428)** mendefinisikan pelayanan/jasa adalah perbuatan suatu kelompok menawarkan kepada kelompok/orang lain sesuatu yang pada dasarnya tidak berwujud, sedangkan produksinya berkaitan atau tidak berkaitan dengan fisik produk.

Stanton (1981,hal.529) mengungkapkan definisi jasa sebagai berikut: Jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah, tidak berwujud, dan ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak.

bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) yang bersifat tidak berwujud.

Zeithaml dan Berry (1990) menyatakan, jasa adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan yang pada dasarnya tidak berwujud, yang biasanya terjadi pada hubungan timbal balik antara konsumen dengan penyedia jasa dan atau produk fisik atau sistem pelayanan yang baik atas jasa yang disediakan sebagai sarana untuk mengatasi masalah konsumen.

Dengan demikian, keluaran dari suatu usaha jasa pada dasarnya tidak berwujud, tidak berkaitan dengan fisik produk, bukan produk yang dapat dilihat, dikonsumsi bersamaan dengan proses produksi, dan merupakan perbuatan yang ditawarkan oleh satu atau kelompok kepada orang lain. Dari batasan-batasan tersebut di atas jelas bahwa lembaga pendidikan dapat dikategorikan sebagai suatu lembaga yang termasuk kategori pemberi pelayanan jasa sehingga apabila akan diketahui kinerjanya dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang dilakukannya.

II.1.2. Karakteristik Jasa

Menurut **Philip Kotler(1997,hal.465)**, karakteristik jasa dapat diuraikan sebagai berikut:

1. **Intangible (tidak berwujud)**

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

2. Inseparability (tidak dapat dipisahkan)

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

3. Variability (bervariasi)

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

4. Perishability (tidak tahan lama)

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

II.1.3. Klasifikasi Jasa

Philip Kotler (1997,hal 465) membagi macam-macam jasa sebagai berikut:

1. Barang berwujud murni

Disini hanya terdiri dari barang yang berwujud, seperti sabun, pasta gigi. Tidak ada jasa yang menyertai produk tersebut.

2. Barang berwujud yang disertai jasa

Disini terdiri dari barang berwujud yang disertai dengan satu atau lebih jasa untuk mempertinggi daya tarik pelanggan. Contohnya: produsen

3. Campuran

Disini terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang sama. Contohnya: restoran yang baru didukung oleh makanan dan pelayanannya.

4. Jasa Utama yang disertai barang dan jasa tambahan

Disini terdiri dari jasa utama dengan jasa tambahan barang pelengkap. Contoh: penumpang pesawat terbang membeli jasa transportasi. Mereka sampai ditempat tujuan tanpa sesuatu hal berwujud yang memperlihatkan pengeluaran mereka. Namun, perjalanan tersebut meliputi barang-barang berwujud, seperti makanan dan minuman, potongan tiket dan majalah penerbangan. Jasa tersebut membutuhkan barang padat modal (pesawat udara) agar terealisasi, tapi komponen utamanya adalah jasa.

5. Jasa murni

Disini hanya terdiri dari jasa. Contohnya adalah: jasa menjaga bayi, psikoterapi.

Akibat dari adanya macam-macam jasa ini, maka sulit untuk menyamaratakan jasa, kecuali dengan pembedaan lebih lanjut, yaitu:

1. Berdasarkan basis peralatan atau basis orang

Contohnya: pencuci mobil otomatis, mesin berjalan, jasa akuntansi.

2. Kehadiran klien

Contohnya: pada pembedahan otak, pasien harus hadir; potong rambut.

3. Kebutuhan bisnis

Contohnya: dokter akan menetapkan harga yang berbeda untuk pasien perorangan dan kelompok karyawan perusahaan.

4. Penyedia jasa berbeda dalam sasarannya (laba atau nirlaba) dan kepemilikan (swasta atau publik).

II.2. Kualitas

II.2.1. Pengertian Mutu atau Kualitas

Kualitas atau mutu sangat penting artinya bagi suatu produk dan jasa, karena dengan mutu yang baik suatu produk atau jasa dapat merebut pangsa pasar atau dapat bersaing dengan produk atau jasa lain yang sejenis. Mutu atau kualitas merupakan suatu karakteristik dari spesifikasi yang ada pada produk atau jasa tersebut dengan apa yang dikehendaki oleh konsumen

Mutu mempunyai beberapa unsur dan cirri-ciri tersendiri. Adapun unsure-unsur yang terdapat dalam mutu meliputi unsure keandalan, ketersediaan dan unsur keterawatan. Sedangkan cirri-ciri dari mutu adalah :

(Montgomery,1990,hal 3)

- a. Fisik, meliputi panjang, berat, voltase, kekentalan.
- b. Indera, seperti rasa, penampilan, warna
- c. Orientasi waktu, keandalan (dapat dipercaya), dapat dipelihara, dapat dirawat.

Secara definitif yang dimaksud dengan kualitas atau mutu suatu produk atau jasa adalah derajat tingkatan dimana produk atau jasa tersebut mampu memuaskan keinginan dari konsumen.

Secara definitif yang dimaksud dengan kualitas atau mutu suatu produk atau jasa adalah derajat tingkatan dimana produk atau jasa tersebut mampu memuaskan keinginan dari konsumen.

Ada 2 (dua) segi umum tentang kualitas, yaitu : **(Montgomery,1990,hal 2)**

1. Kualitas rancangan.

Semua barang dan jasa dihasilkan dalam berbagai tingkat kualitas. Variasi dalam tingkat kualitas ini memang disengaja.

2. Kualitas kecocokan.

Seberapa baik produk atau jasa itu sesuai spesifikasi dan kelonggaran yang diisyaratkan oleh rancangan itu.

Mutu adalah totalitas keistimewaan dan karakteristik suatu produk atau jasa yang berhubungan dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan atau kepuasan tertentu. **(Gasperz,2002,hal.5)**

Vincent Gasperz (2002) mengemukakan bahwa konsep kualitas dapat dibagi menjadi 3 golongan, yaitu :

1. Mutu Perancangan

Mutu perancangan adalah mutu yang direncanakan. Ia menentukan spesifikasi produk dan jasa sebagai dasar keputusan yang berkaitan dengan segmen pasar, spesifikasi penggunaan serta pelayanan.

2. Mutu Penghasilan produk dan jasa

Mutu penghasilan produk dan jasa merupakan tingkat sejauh mana produk dan jasa yang dihasilkan memenuhi atau sesuai spesifikasi yang telah ditentukan.

3. Mutu Pemasaran atau Pelayanan

Mutu pemasaran berkaitan dengan tingkat sejauh mana dalam menggunakan produk itu memenuhi ketentuan-ketentuan dasar tentang pemasaran dan pelayanan.

Konsep relative tentang mutu menurut **Edward Sallis (2006)** :

Mutu dapat juga digunakan sebagai suatu konsep yang relative. Definisi relative tersebut memandang mutu bukan sebagai suatu atribut produk atau layanan, tetapi sesuatu yang dianggap berasal dari produk atau layanan tersebut. Mutu dapat dikatakan ada apabila sebuah layanan memenuhi spesifikasi yang ada. Mutu merupakan sebuah cara yang menentukan apakah produk terakhir sesuai dengan standar atau belum. Definisi relative tentang mutu tersebut memiliki dua aspek. *Pertama* adalah menyesuaikan diri dengan spesifikasi. *Kedua* adalah memenuhi kebutuhan pelanggan. Cara pertama, penyesuaian diri terhadap spesifikasi, sering disimpulkan sebagai 'sesuai dengan tujuan dan manfaat'. Kadangkala definisi ini sering dinamakan definisi produsen tentang mutu. Mutu bagi produsen bisa diperoleh melalui produk atau layanan yang memenuhi spesifikasi awal yang telah ditetapkan dalam gaya yang konsisten. Para produsen menunjukkan bahwa mutu

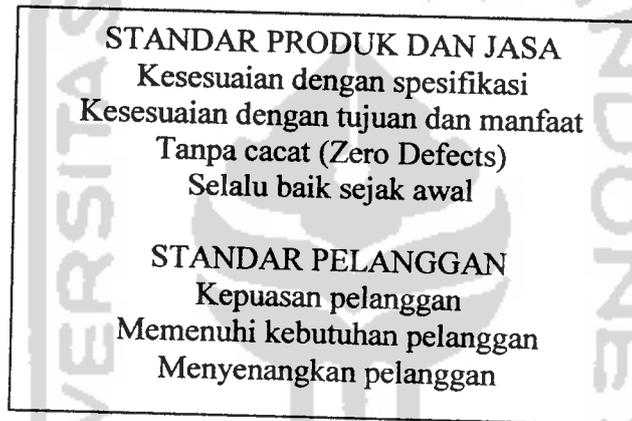
memiliki sebuah system, yang biasa disebut system jaminan mutu (Quality assurance system), yang memungkinkan roda produksi menghasilkan produk-produk yang secara konsisten sesuai dengan standar atau spesifikasi tertentu. Sebuah produk dikatakan bermutu selama produk tersebut secara konsisten sesuai dengan tuntutan pembuatnya.

Definisi mutu menurut pelanggan

Mutu dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang memuaskan dan melampaui keinginan dan kebutuhan pelanggan. Definisi ini disebut juga dengan istilah mutu sesuai persepsi (Quality in perception). Mutu ini biasa disebut sebagai mutu yang hanya ada di mata orang yang melihatnya. Hal ini merupakan definisi yang sangat penting. Sebab, ada satu resiko yang seringkali kita abaikan dari definisi ini, yaitu kenyataan bahwa para pelanggan adalah pihak yang membuat keputusan terhadap mutu. Dan mereka melakukan penilaian tersebut dengan merujuk pada produk terbaik yang bisa bertahan dalam persaingan.

Tom Peters, dalam *Thriving On Chaos*, membicarakan tentang peran penting pelanggan dalam menentukan mutu dengan menekankan bahwa sebuah *mutu yang dirasa (perceived quality)* dari sebuah produk bisnis atau jasa adalah faktor utama yang mempengaruhi kesuksesan produk atau jasa tersebut. Peters berpendapat bahwa mutu yang didefinisikan oleh pelanggan jauh lebih penting dibandingkan dengan harga dalam menentukan permintaan barang dan jasa. Peters menemukan kenyataan bahwa pelanggan akan selalu membayar lebih untuk mutu yang baik, tanpa menghiraukan tipe produknya. Dan dia juga berpendapat bahwa karyawan

menjadi jauh lebih berenergi ketika mereka memiliki kesempatan untuk memberikan layanan yang bermutu atau menghasilkan produk yang bermutu. Pelaku-pelaku pasar yang baru ikut bergabung juga akan membuat para pelanggan melakukan redefinisi terhadap mutu.



Gambar 2.1 standar-standar mutu

II.2.2 Definisi Kualitas Jasa atau Pelayanan

Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan pelayanan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dalam kebanyakan jasa, kualitas terjadi selama proses penyerahan kepada pelanggan. Artinya, kualitas jasa ditunjukkan pada kualitas pelayanannya. Kualitas jasa lebih sukar dipahami dibandingkan dengan kualitas barang. Hal ini disebabkan karena keduanya memiliki kriteria yang berbeda.

Jasa berbeda dari produksi dalam hal metode (Edward Sallis, 2006, hal 63-66). Ada beberapa perbedaan penting antara pemberian jasa dan penciptaan barang. Perbedaan **pertama** antara keduanya adalah bahwa jasa biasanya meliputi hubungan langsung antara pemberi dan pengguna. Jasa diberi secara langsung oleh orang untuk orang. Ada hubungan yang dekat antara pelanggan dan orang yang memberikan jasa. Jasa tidak dapat dipisahkan dari orang yang memberi jasa atau dari orang yang menerimanya. Mutu jasa ditentukan oleh keduanya, oleh orang yang memberi dan yang menerima jasa. Produk tidak memiliki karakteristik semacam itu, didalamnya tidak terdapat nilai konsistensi.

Waktu adalah elemen penting **kedua** dalam mutu jasa. Jasa harus diberikan tepat waktu dan hal ini sama pentingnya dengan spesifikasi fisik jasa. Disamping itu, karena jasa dipergunakan atau dikonsumsi tepat pada saat jasa tersebut diberikan, maka kontrol terhadap mutunya akan selalu datang kemudian. Interaksi personal yang akrab dalam pemberian jasa memungkinkan beberapa peluang untuk mendapatkan umpan balik dan evaluasi, dan hal ini merupakan sebuah cara untuk menilai apakah pelanggan terpuaskan atau tidak.

Perbedaan yang **ketiga** adalah, tidak seperti produk, sebuah jasa tidak dapat ditambah atau diperbaiki. Untuk alasan ini, maka hal terpenting adalah bahwa standar jasa haruslah selalu baik sejak awal.

Keempat, jasa selalu berhadapan dengan ketidakpastian. Mendeskripsikan pelanggan potensial untuk menjadi obyek tawaran merupakan hal yang luar biasa sulit. Kesulitan yang sama adalah kesempatan pelanggan untuk mendeskripsikan apa yang mereka inginkan dari jasa.

Fakta bahwa jasa biasanya diberikan secara langsung kepada pelanggan oleh pekerja junior adalah pembeda **kelima** dalam jasa. Staf senior pada umumnya jauh dari pelanggan. Kebanyakan pelanggan tidak pernah memiliki akses kepada manajer senior. Mutu merupakan interaksi awal yang mewarnai pandangan pelanggan tentang keseluruhan organisasi, dan kemudian organisasi harus menemukan cara untuk memotivasi pekerja garis depan agar selalu menyampaikan hal yang terbaik kepada pelanggan.

Yang terakhir, **keenam**, adalah kesulitan untuk mengukur tingkat keberhasilan dan produktivitas dalam jasa. Satu-satunya indikator prestasi yang penting dalam jasa adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan menilai mutu dengan membandingkan persepsi mereka tentang apa yang mereka terima dengan apa yang mereka harapkan. Hal inilah yang juga terjadi dalam konteks pendidikan.

Menurut **Kotler (1997)** kualitas jasa tidak dibentuk melalui proses produksi di pabrik sebagaimana kualitas barang, akan tetapi dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada kinerja (persepsi) pelayanan yang diterima pelanggan. Kualitas jasa sendiri dipengaruhi oleh 2 variabel yaitu pelayanan yang dirasakan (Perceived service) dan pelayanan yang diharapkan (Expected service). Bila pelayanan yang dirasakan lebih kecil dari yang diharapkan, maka pelanggan menjadi tidak tertarik lagi pada penyedia pelayanan yang bersangkutan (merasa tidak puas). Sedangkan bila yang terjadi adalah sebaliknya, maka ada kemungkinan para pelanggan akan menggunakan penyedia pelayanan itu lagi (merasa puas).

Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

II.2.3 Tolak Ukur Kualitas Jasa

Terdapat lima determinan yang menjadi tolak ukur Kualitas jasa yang dapat dirincikan sebagai berikut (Philip Kotler,1997,hal.561):

1. Keandalan (reliability): kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
2. Keresponsifan (responsiveness): kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan.
3. Keyakinan (confidence): pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau "assurance".
4. Empati (emphaty): syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.
5. Berwujud (tangible): penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan media komunikasi.

II.2.4. Hakikat kepuasan Pelanggan

Irawan (2002) memberikan definisi pelanggan sebagai orang yang paling penting dalam satu lingkungan usaha. Pelanggan tidak tergantung kepada produsen, tetapi produsen yang tergantung kepadanya. Pelanggan tidak pernah mengganggu pekerjaan produsen, sebab pelanggan adalah tujuan dari pekerjaan produsen. Konsumen tidak melakukan yang baik, tetapi justru pelangganlah yang memberikan kesempatan kepada produsen untuk dapat melayaninya. Tidak seorang pun dapat memenangkan apabila berargumentasi dengan pelanggan, sebab pelanggan adalah orang yang membawa produsen untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu, adalah pekerjaan produsen untuk dapat memperlakukan pelanggan dengan baik sehingga terjadi saling menguntungkan antara pelanggan dan produsen.

Konsumen adalah mereka yang memanfaatkan hasil dari suatu badan, perusahaan, institusi, atau sering juga disebut sebagai orang yang mau membelanjakan uangnya untuk membeli suatu yang ditawarkan oleh suatu badan. Dengan demikian, mahasiswa sebagai orang yang mengambil manfaat dari jasa yang diberikan Universitas Islam Indonesia dapat dikategorikan sebagai konsumen Universitas Islam Indonesia. Lembaga pendidikan selalu berusaha memberikan pelayanan pendidikan yang sebaik-baiknya kepada para siswa dan mahasiswa yang dibinanya. Orientasi lembaga untuk memberikan pelayanan yang baik tentu memerlukan beberapa upaya. Pada dasarnya, lembaga menetapkan upaya-upaya yang akan diberlakukan berdasarkan persepsi yang berkembang di lingkungannya, kemampuan yang dimiliki serta fasilitas yang dapat ditawarkan.

Di sisi lain, perilaku mahasiswa sebagai sasaran didik tidak akan lepas dari perhatian para pemberi jasa pendidikan. Perilaku mahasiswa mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan mahasiswa, hal ini berarti suatu lembaga perlu mengetahui dan menganalisis dengan baik harapan dan kepuasan mahasiswa sebagai konsumen tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Zeithaml et al (1990,hal.20) disimpulkan bahwa kepuasan konsumen dalam bisnis pelayanan diukur dari kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi pelanggan tentang pelayanan yang akan diterima. Sebagian besar selisih ini adalah negatif. Semakin kecil negatifnya, semakin baik. Biasanya perusahaan dengan tingkat pelayanan yang baik, akan mempunyai gap yang lebih kecil dari $-(\text{minus}) 1.0$ (Irawan, 2002) Ekspektasi pelanggan mempunyai dua pengertian: (1) Apakah yang pelanggan harapkan akan terjadi pada saat layanan disampaikan (prediksi) dan (2) Apakah yang diinginkan pelanggan untuk terjadi (harapan).

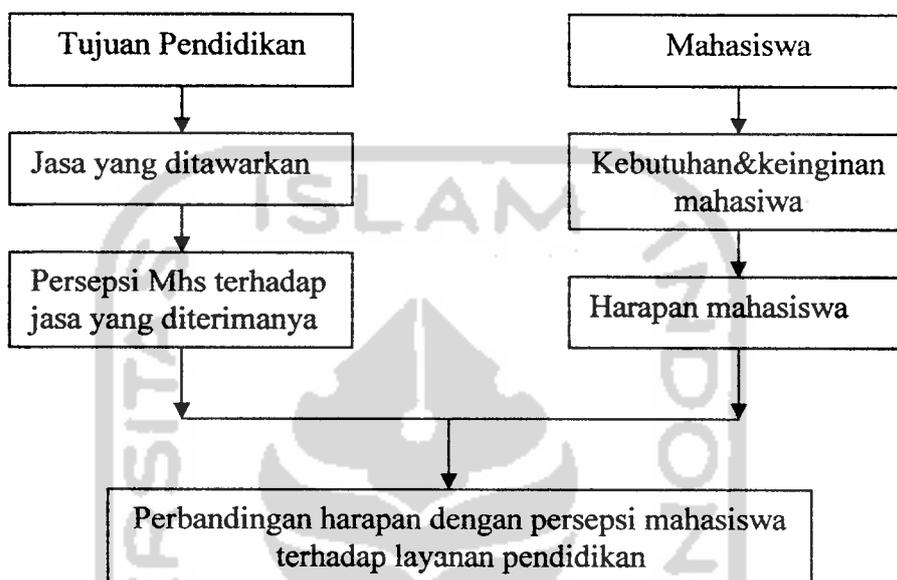
Secara tradisional pengertian kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan (*expectation*) dan persepsi atau kinerja yang dirasakan (*perceived performance*). Selain itu, Engel et al (1995) mendefinisikan, kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan nilai purna pembelian di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan.

Kotler (1997,hal.40) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah kepuasan atau kekecewaan yang dirasakan oleh konsumen setelah membandingkan antara harapan dengan kenyataan yang ada. Lusch and Lusch

(1987) berpendapat bahwa, kepuasan konsumen tumbuh apabila yang dirasakan lebih tinggi dari harapan yang didapatkan setelah memakai atau menggunakan suatu produk, sedangkan ketidakpuasan konsumen adalah jika tampilan lebih rendah dari harapan yang didapatkan setelah menggunakan suatu produk. **Tjiptono (1998,hal.24)** menerangkan bahwa “Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau harapan kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah memakainya.

Dari batasan batasan di atas, jelas tercermin bahwa setelah membeli suatu produk, pelanggan membandingkan dengan harapannya. Setelah itu, pelanggan mengungkapkan perasaan puas atau tidak puas. Jika pelanggan merasa tidak puas, institusi pemasar harus memutuskan bahwa hal itu disebabkan oleh harapan pelanggan yang terlalu tinggi dibandingkan dengan apa yang diperolehnya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kepuasan mahasiswa Universitas Islam Indonesia adalah perbandingan antara harapan yang diinginkan para mahasiswa pada saat mereka mendaftar menjadi mahasiswa dengan apa yang mereka rasakan setelah mengikuti perkuliahan (*persepsi*). Untuk ukuran penelitian digunakan ukuran persepsi yaitu situasi yang dihadapi setelah mengikuti kuliah minimal satu semester sehingga mereka benar-benar memahami apa yang dihadapinya.

Apabila keadaan di atas digambarkan terlihat perbandingan kepuasan tersebut sebagai berikut.



Gambar 2.2: Alur pikir pengukuran harapan, persepsi untuk melihat kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan pendidikan

Kepuasan mahasiswa juga merupakan perbandingan antara harapan mahasiswa dengan realita yang dirasakan dan dialami mahasiswa setelah menerima produk dan jasa yang diberikan. Harapan mahasiswa seharusnya dapat digunakan sebagai acuan dalam menentukan kualitas produk dan jasa dalam mengusahakan kepuasan mahasiswa. Oleh karena itu, mahasiswa adalah orang atau unit yang menerima hasil dari suatu proses dalam suatu sistem.

Kepuasan mahasiswa/pelanggan dapat diidentikkan dengan apa yang disebut **Kotler (1997,hal.40)** kepuasan pelanggan yang didefinisikan sebagai berikut:

Kepuasan atau kekecewaan yang dirasakan oleh konsumen setelah membandingkan antara harapan dengan kenyataan yang ada.

Penilaian mahasiswa terhadap layanan yang diberikan akan dinyatakan baik atau tidak tergantung pada apakah tingkat layanan yang diperoleh sesuai dengan atau melebihi pengharapannya. Hal ini menyebabkan pentingnya Universitas Islam Indonesia khususnya Jurusan Teknik Industri untuk menentukan pola pelayanannya.

II.2.5. Menjaga Hubungan Dengan Pelanggan(Edward Sallis,2006, hal 82)

Misi utama dari sebuah institusi adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Organisasi yang unggul, baik negeri maupun swasta, adalah organisasi yang menjaga hubungan dengan pelanggannya dan memiliki obsesi terhadap mutu(menurut Peters dan Watersman). Mereka mengakui bahwa pertumbuhan dan perkembangan sebuah institusi bersumber dari kesesuaian layana institusi dengan kebutuhan pelanggan. Mutu harus sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

Akan tetapi, focus terhadap pelanggan saja bukan berarti telah memenuhi tuntutan dan persyaratan mutu terpadu. Organisasi memerlukan strategi yang berjalan untuk memenuhi keperluan pelanggan. Pendidikan menghadapi tantangan yang cukup besar dalam hubungannya dengan pelanggan eksternal (pelajar,

orangtua/Kepala Daerah/Sponsor, dan Pemerintah/Masyarakat). Sebagian besar pelanggan pada mulanya tidak menerima informasi yang cukup tentang layanan yang ditawarkan dan hal apa saja yang mengindikasikan mutunya. Selain itu, harapan-harapan para pelanggan sangat beraneka dan kadangkala bertentangan satu sama lainnya. Terkadang public juga bingung dan tidak mampu membedakan antara mutu program-program tertentu dari sebuah institusi dengan reputasi institusi tersebut. Persepsi pelajar tentang perubahan mutu akan terus berkembang melalui institusi saat kepercayaan diri dan pengalaman mereka mulai berkembang.

Kesulitan selanjutnya adalah para pelanggan pendidikan memainkan peranan yang penting dalam mutu belajar mereka masing-masing. Pelanggan memiliki fungsi yang unik dalam menentukan mutu apa yang mereka terima dari pendidikan. Ada beberapa masalah yang menyangkut gagasan konsistensi dalam proses belajar interaktif. Untuk mengatasi beberapa masalah tersebut, diperlukan adanya suatu motivasi terhadap para pelajar dan staf yang melayani mereka. Hal penting lainnya adalah memperjelas hal apa saja yang ditawarkan institusi dan hal apa saja yang diharapkan pelanggan.

II.2.6 Manajemen Pendidikan Berbasis Industri (Edward Sallis, 2006, hal 5-13)

Bagi setiap institusi, mutu adalah agenda utama dan meningkatkan mutu merupakan tugas yang paling penting. Saat ini, salah satu tantangan penting yang dihadapi semua institusi (sekolah, perguruan tinggi maupun universitas) adalah bagaimana mengelola sebuah mutu. Terutama sekali dalam dunia persaingan global dan industri massal. Di dalam dunia industri bisnis, mutu adalah nilai jual

yang menjadi prioritas utama. Mutu menjadi satu-satunya faktor pembeda yang dibutuhkan oleh konsumen. Kendati demikian, mutu tidak hanya ada dalam industri bisnis, tetapi juga menjadi kebutuhan institusi pendidikan. Hal ini ditujukan agar institusi pendidikan mampu bertahan dalam dunia persaingan yang sangat kompetitif, serta mampu mendidik akademisi-akademisi dengan reputasi yang positif.

Di era kontemporer, dunia pendidikan dikejutkan dengan adanya model pengelolaan pendidikan berbasis industri. Pengelolaan model ini mengandaikan adanya upaya pihak pengelola institusi pendidikan untuk meningkatkan mutu pendidikan berdasarkan manajemen perusahaan. Penerapan manajemen mutu dalam pendidikan ini lebih populer dengan sebutan istilah Total Quality Education (TQE). Dasar dari manajemen ini dikembangkan dari konsep Total Quality Management (TQM), yang pada mulanya diterapkan pada dunia bisnis kemudian diterapkan pada dunia pendidikan. Secara filosofis, konsep ini menekankan pada pencarian secara konsisten terhadap perbaikan yang berkelanjutan untuk mencapai kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Strategi yang dikembangkan adalah institusi pendidikan memposisikan dirinya sebagai institusi jasa atau dengan kata lain menjadi industri jasa. Yakni institusi yang memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan. Jasa atau pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan tentu saja merupakan sesuatu yang bermutu dan memberikan kepuasan kepada mereka. Maka pada saat itulah, dibutuhkan suatu system manajemen yang mampu memberdayakan institusi pendidikan agar lebih bermutu.

Manajemen pendidikan mutu terpadu berlandaskan pada kepuasan pelanggan sebagai sasaran utama. Pelanggan dapat dibedakan menjadi pelanggan dalam (internal customer) dan pelanggan luar (eksternal customer). Dalam dunia pendidikan yang termasuk pelanggan dalam adalah pengelola institusi pendidikan itu sendiri, yaitu: manajer, guru/dosen, staf dan penyelenggara institusi. Sedangkan yang termasuk pelanggan luar adalah masyarakat, pemerintah dan dunia industri. Jadi, suatu institusi pendidikan disebut bermutu apabila antara pelanggan internal dan eksternal telah terjamin kepuasan atas jasa yang diberikan.

Pendidikan (nilai tambah yang diberikan kepada pelajar)	= Jasa
Pelajar	= Pelanggan eksternal utama
Orangtua/Kepala Daerah/ Sponsor	= Pelanggan eksternal kedua
Pemerintah/Masyarakat/ Bursa kerja	= Pelanggan eksternal ketiga
Guru/Dosen/Staf	= Pelanggan internal

Gambar 2.3 Pelanggan Pendidikan

Maka dari itu, untuk memposisikan institusi pendidikan sebagai industri jasa, harus memenuhi standar mutu. Secara operasional, mutu ditentukan oleh dua faktor, yaitu terpenuhinya spesifikasi yang telah ditentukan sebelumnya dan terpenuhinya spesifikasi yang diharapkan menurut tuntutan dan kebutuhan

pengguna jasa. Mutu yang pertama disebut *quality in fact* (mutu sesungguhnya) dan yang kedua disebut *quality in perception* (mutu persepsi).

Beranjak dari pembahasan tersebut, dalam dunia pendidikan ada beberapa hal pokok yang perlu diperhatikan; pertama, perbaikan secara terus-menerus (*continuous improvement*). Konsep ini mengandung pengertian bahwa pihak pengelola senantiasa melakukan berbagai perbaikan dan peningkatan secara terus menerus untuk menjamin semua komponen penyelenggara pendidikan telah mencapai standar mutu yang telah ditetapkan. Konsep ini juga berarti bahwa institusi pendidikan senantiasa memperbaharui proses berdasarkan kebutuhan dan tuntutan pelanggan.

Kedua, menentukan standar mutu (*quality assurance*). Paham ini digunakan untuk menetapkan standar-standar mutu dari semua komponen yang bekerja dalam proses produksi atau lulusan institusi pendidikan.

Ketiga, perubahan kultur (*Change of culture*). Konsep ini bertujuan untuk membentuk budaya organisasi yang menghargai mutu dan menjadikan mutu sebagai orientasi semua komponen organisasional. Jika manajemen ini ditetapkan di institusi pendidikan, maka pihak pimpinan harus berusaha membangun kesadaran para anggotanya mulai dari pemimpin itu sendiri, staf, guru/dosen, pelajar dan berbagai unsure terkait seperti pemimpin yayasan, orang tua dan para pengguna lulusan pendidikan akan pentingnya mempertahankan dan meningkatkan mutu.

Keempat, perubahan organisasi (*upside-down organization*). Jika visi dan misi, serta tujuan organisasi sudah berubah atau mengalami perkembangan, maka sangat dimungkinkan terjadinya perubahan organisasi.

Kelima, mempertahankan hubungan dengan pelanggan (*keeping close to the customer*). Karena organisasi pendidikan menghendaki kepuasan pelanggan, maka perlunya mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan menjadi sangat penting.

II.3. SERVQUAL: Suatu cara mengukur kualitas Pelayanan

Servqual merupakan suatu pilihan skala yang ringkas namun memiliki tingkat kepercayaan dan kebenaran yang cukup tinggi di mana suatu manajemen perusahaan dapat menggunakannya agar lebih mengerti bagaimana persepsi konsumen dan harapan mereka terhadap layanan yang diberikan. Servqual mencakup 5 dimensi yang dijadikan patokan dalam mengukur kualitas pelayanan, yaitu: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy.

II.3.1. Model kesenjangan kepuasan konsumen

Parasuraman, Zeithami dan Berry (1991, hal 240) membentuk model kualitas jasa yang menyoroti syarat-syarat utama untuk memberikan kualitas jasa yang diharapkan.

Adapun model di bawah ini mengidentifikasi lima kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu:

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen:

Manajemen tidak selalu memahami benar apa yang menjadi keinginan pelanggan.

2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa.

Manajemen mungkin benar dalam memahami keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan standar pelaksanaan yang spesifik.

3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.

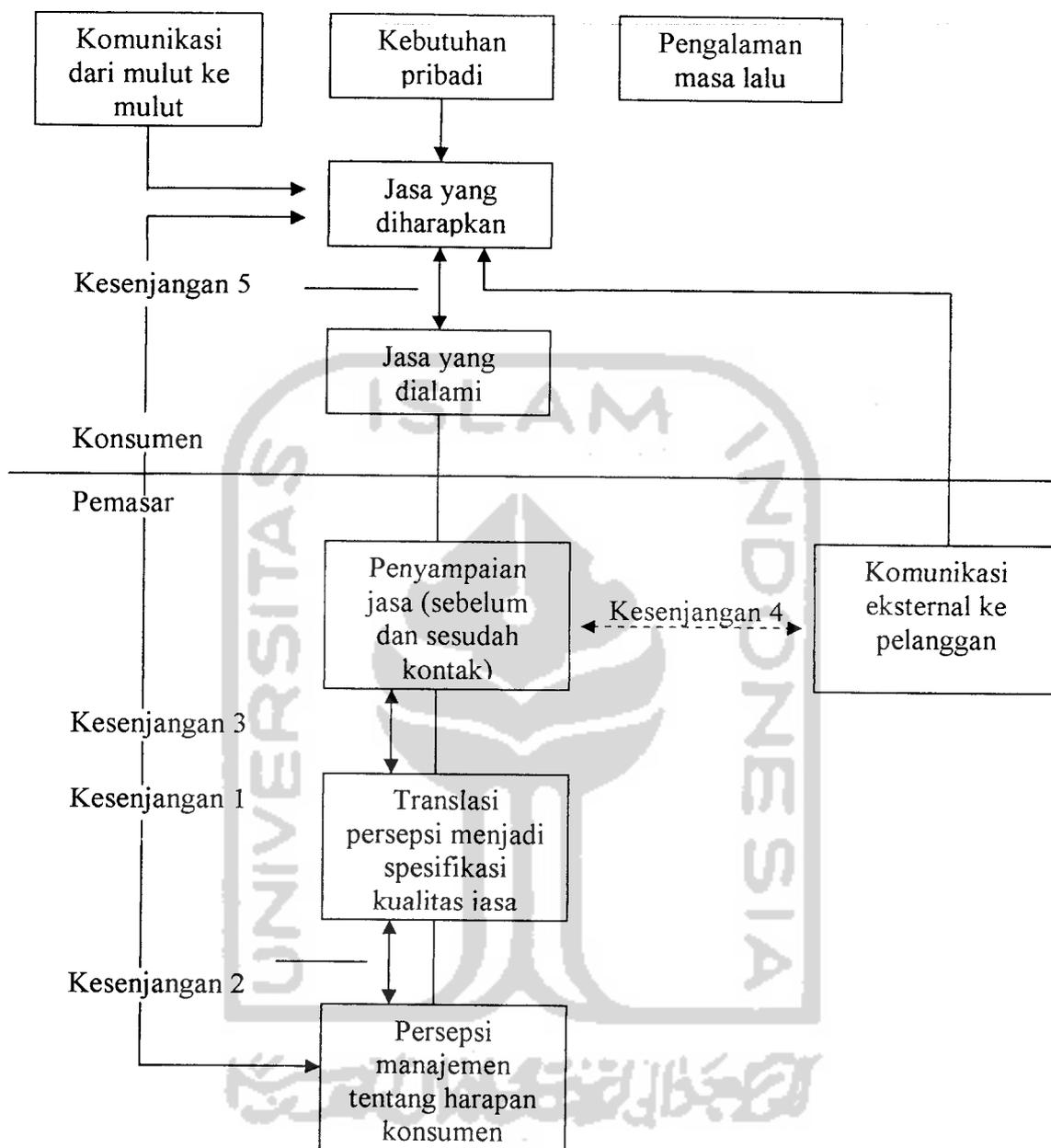
Para personel mungkin tidak terlatih baik dan tidak mampu memenuhi standar.

4. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat wakil-wakil dan iklan perusahaan.

5. Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan

Terjadi bila konsumen mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda dan memiliki persepsi yang keliru mengenai kualitas jasa.



Gambar 2.4 Kualitas jasa

II.3.2. Konsep Service Quality

Berry dan Parasuraman (1991, hal.16), seperti dikutip oleh Kottler (2000, hal.440), mengungkapkan lima faktor dominan atau penentu mutu pelayanan jasa, yang pada akhirnya menjadi penentu tingkat kepuasan. Kelima faktor itu bisa diterapkan pada lembaga pendidikan adalah sebagai berikut. Pertama, keandalan, yaitu kemampuan guru/dosen untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten. Kedua, daya tanggap, yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha/pemilik lembaga untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan bermakna serta kesediaan mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan konsumen, misalnya penyediaan sarana yang sesuai untuk menjamin terjadinya proses yang tepat. Ketiga, kepastian yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbuikan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen, misalnya janji dalam promosi. Keempat, empati, yaitu kesediaan guru/dosen/karyawan dan pengelola untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan, misalnya guru/dosen/karyawan atau pengelola harus mencoba menempatkan diri sebagai peserta didik/orang tua/pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi untuk mencapai persetujuan yang harmonis dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus. Kelima, berwujud, yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi, misalnya gedung dan kebersihan yang baik serta penataan ruangan yang rapi.

Salah satu ciri khas dari indeks kepuasan pelanggan yang dihasilkan oleh *ServQual* ini adalah perhitungan berdasarkan gap. Hal ini dapat terjadi karena responden ditanyakan dua kali untuk setiap atribut pelayanan, yaitu harapan dan persepsinya (Hadi Irawan, 2002,hal.131).

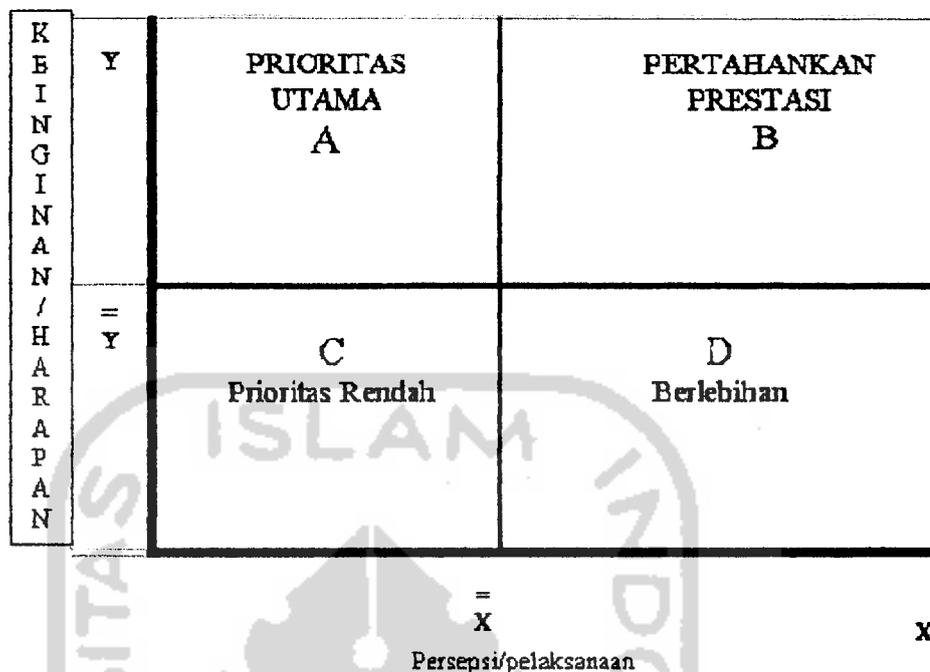
Bertitik tolak dari batasan yang telah dibuat maka kepuasan pelanggan adalah selisih antara apa yang dialami/diterima (persepsi) dengan apa yang diinginkan (harapan). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan ditentukan oleh besarnya gap antara persepsi dengan harapan. Semakin kecil gap ini semakin baik tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

Gap (+) positif akan diperoleh apabila skor persepsi lebih besar dari skor harapan, sedangkan apabila skor harapan lebih besar daripada skor persepsi akan diperoleh gap (-) negatif. Semakin tinggi skor harapan dan semakin rendah skor persepsi, berarti gap semakin besar. Masing-masing dimensi oleh pelanggan/mahasiswa diberi bobot dalam bentuk persentase sehingga total bobot dari lima dimensi menjadi 100 persen. Dimensi yang diberi persentase paling tinggi, menunjukkan bahwa dimensi tersebut paling penting dibandingkan dengan dimensi lainnya sesuai dengan penilaian pelanggan. Masing-masing dimensi ini kemudian dikalikan dengan rata-rata gap untuk setiap dimensi. Apabila total gap positif maka pelanggan dianggap sangat puas terhadap pelayanan perusahaan tersebut. Sebaliknya bila tidak, gap adalah negatif, maka pelanggan kurang/tidak puas terhadap pelayanan perusahaan. Semakin kecil gapnya semakin baik. Biasanya perusahaan dengan tingkat pelayanan yang baik, akan mempunyai gap yang semakin kecil (Hadi Irawan, 2002,hal.131).

Kepuasan atas jasa pelayanan yang diterima responden ditentukan oleh selisih skor persepsi/kinerja dengan harapan/kepentingan yang diperoleh dari seluruh responden setelah mengisi item pernyataan yang disusun untuk kelima dimensi di atas.

Semakin baik penilaian mahasiswa akan semakin kecil selisih skor yang diperoleh dari item apa yang dialami (persepsi) dengan apa yang diinginkan (harapan). Semakin kecil selisih tersebut berarti responden semakin puas atas layanan yang diterimanya atau dengan kata lain, semakin berkualitas pelayanan yang diberikan di bidang tersebut. Sebaliknya, semakin besar selisih yang dialami dengan yang diharapkan berarti semakin rendah penilaian responden terhadap mutu pelayanan yang diterimanya.

Untuk mendapatkan gambaran apa yang harus diperbuat untuk memperbaiki keadaan digunakan diagram Kartesius (Supranto 2001,hal.242). Diagram Kartesius merupakan suatu diagram yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X, Y) di mana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan/persepsi atau kepuasan pelanggan lembaga pendidikan. Seluruh faktor atau atribut dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan/harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Diagram ini dibagi menjadi 4 bagian.



Gambar 2.5 Gambar Diagram Kartesius

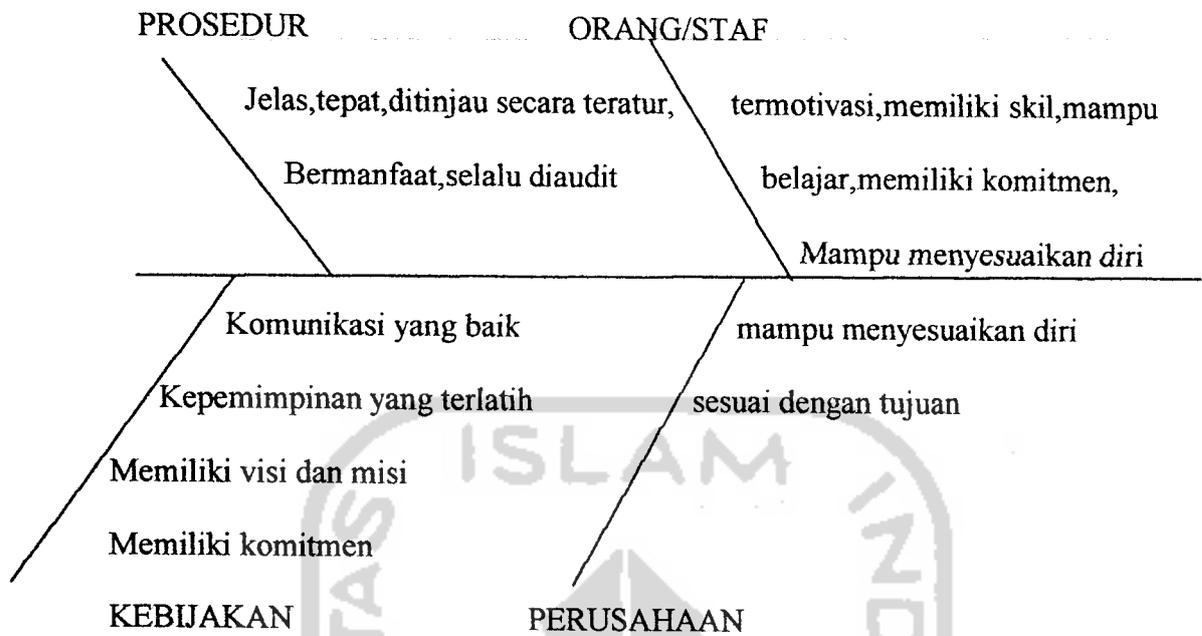
X = rata-rata dari skor tingkat pelaksanaan, Y = rata-rata skor tingkat kepentingan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Bagian pertama, (A), disebut dengan daerah prioritas utama yang harus dibenahi karena harapan tinggi sedangkan persepsi rendah. Bagian kedua, (B), disebut dengan daerah yang harus dipertahankan, karena harapan tinggi dan persepsi juga tinggi. Bagian ketiga, (C), disebut sebagai prioritas rendah, karena daerah ini menunjukkan harapan rendah dan persepsi rendah. Bagian keempat, (D), dikategorikan sebagai daerah berlebihan, karena harapan rendah namun persepsi tinggi, jadi bukan menjadi prioritas untuk dibenahi. Selanjutnya, setiap butir instrumen ditempatkan pada empat bagian diagram tersebut sesuai dengan rata-rata kepentingan/harapan dan persepsi/apa yang dialami sehingga dapat diketahui butir-butir mana yang berada di tiap bagian.

Diagram tulang ikan (Fishbone diagram) atau Diagram Ishikawa

Teknik ini disebut dengan diagram tulang ikan atau diagram Ishikawa. Ishikawa diambil dari nama Kaoru Ishikawa, yaitu orang yang pertama kali menggunakannya. Teknik-teknik tersebut menganjurkan tim untuk memetakan sekuruh faktor yang menyebabkan terjadinya masalah pada hasil yang diinginkan. Tujuannya adalah untuk mendata seluruh faktor yang mempengaruhi mutu dari sebuah proses dan selanjutnya untuk memetakan inter-relasi antar faktor-faktor tersebut.

Diagram Ishikawa adalah sebuah daftar visual yang disusun secara terstruktur. Diagram ini mengilustrasikan berbagai sebab yang mempengaruhi proses dengan cara memisahkan dan menghubungkan satu sebab dengan sebab lainnya. Setiap pengaruh akan diurut sesuai dengan penyebabnya, dan ini biasanya bertujuan untuk mengelompokkan beberapa sebab berdasarkan kategori besar. Alat ini digunakan ketika sebuah institusi atau tim perlu mengidentifikasi dan mengeksplorasi sebab-sebab masalah atau mencari faktor-faktor yang bisa mengarahkan pada sebuah perbaikan atau peningkatan.



Gambar 2.6 diagram tulang ikan (fishbone diagram) atau diagram Ishikawa

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

III.1. Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia, Jogjakarta.

Objek yang akan diteliti adalah persepsi dan penilaian konsumen/mahasiswa tentang pelayanan dan fasilitas pendidikan di Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.

III.2. Sumber Data

Sumber utama penelitian ini adalah semua data yang diperoleh dari pihak universitas dan dari para responden yaitu mahasiswa.

Data yang dibutuhkan berupa:

a. Wawancara

Pengumpulan keterangan yang diperoleh dari sumber informasi dengan cara bertatap muka dan mengajukan pertanyaan. Wawancara ini dilakukan dengan pihak manajemen dan karyawan.

b. Kuisisioner

Penarikan lembar kuisisioner yang di berikan pada pihak responden/mahasiswa. Dari kuisisioner tersebut, diperoleh jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang diberikan yang berisi keterangan hal-hal yang ingin penyusun ketahui tentang keinginan konsumen.

III.3. Metode pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang diperlukan dalam mencapai tujuan yang diinginkan, pada dasarnya merupakan suatu langkah dalam mengumpulkan data-data sebagai masukan yang digunakan untuk pemecahan masalah, antara lain:

a. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mempelajari buku-buku referensi yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang akan dibahas. Ataupun dengan browsing ke situs-situs yang memuat artikel-artikel guna menunjang teori yang digunakan.

Tujuannya adalah untuk memperoleh landasan-landasan teori yang kuat yang akan digunakan dalam analisis kasus sehingga penelitian yang dilakukan tidak keluar dari kaidah-kaidah yang telah ditetapkan dan agar penelitian lebih terarah dengan adanya referensi yang cukup.

b. Studi Lapangan

Metode ini dilakukan langsung ke lapangan untuk mengadakan pengambilan data obyek penelitian, yaitu unit pelayanan Jurusan Teknik Industri Fakultas teknologi Industri Universitas Islam Indonesia. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data-data primer yang lebih terinci guna menunjang penelitian ini. Dilakukan dengan cara/teknik antara lain :

a. Observasi

Metode ini dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan secara langsung ke lapangan dan mencatat secara langsung data-data yang dibutuhkan.

b. Kuisisioner

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode kuisisioner. Kuisisioner adalah suatu daftar pertanyaan yang memiliki kejelasan dan ketegasan mengenai suatu hal, selain itu pertanyaan dibuat dalam urutan yang logis dan setiap orang mampu memahami inti dari pertanyaan itu. Dalam penelitian ini menggunakan dua kuisisioner yaitu:

1. Kuisisioner pertama berisikan pertanyaan-pertanyaan mengenai variabel-variabel harapan konsumen mengenai pelayanan yang berkualitas.
2. Kuisisioner kedua berisikan pertanyaan-pertanyaan mengenai hasil penilaian konsumen terhadap kinerja kualitas aspek pelayanan pendidikan saat ini.

III.4. Metode Pengambilan Sampel

Ada dua teknik pengambilan sampel yaitu:

1. Probability Sampling
2. Non Probability Sampling

Probability sampling terdiri dari: simple random, proportionate stratified random, disproportionate stratified random dan area random. Sedangkan non probability sampling terdiri dari: sampling sistematis, sampling kuota, sampling aksidental (incidental sampling), purposive sampling, sampling jenuh dan snowball sampling (Sugiyono,2002).

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini sangat diperlukan karena peneliti tidak dapat menjadikan seluruh konsumen menjadi responden. Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Jumlah sampel yang ditentukan harus bisa mewakili dari keseluruhan populasi yang ada. Metode yang akan digunakan adalah sampling aksidental (accidental sampling), yaitu individu-individu yang dijadikan sampel adalah konsumen yang kebetulan ada di tempat penelitian untuk dijadikan sebagai sumber data.

Adapun jumlah sampel untuk konsumen ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = P(1-p) \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{SE} \right]^2$$

n : Jumlah sampel

P : Proporsi sebenarnya dari populasi

SE: Standar error

Z $\alpha/2$: Derajat keyakinan yang dipilih

Besarnya P(1-p) diganti dengan angka maksimumnya yaitu 0,25 karena P tidak diketahui. Dengan menggunakan standar error 10% dan tingkat kepercayaan 90% (Z $\alpha/2$ = 1,64 ; α = 10%) maka:

$$n = 0,25 \left[\frac{1,64}{0,1} \right]^2$$

$$n = 67,24 \sim 68$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini minimal 68 sampel.

III.5. Metode Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Untuk mengetahui sejauh mana ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran atas apa yang akan diukur.

Suatu butir dinyatakan sahih apabila korelasi butir dengan faktor positif dan peluang ralat p dari korelasi tersebut maksimal 5%.

Adapun langkah-langkah pokok dalam analisis kesahihan butir adalah sebagai berikut:

1. Menghitung skor faktor sebagai jumlah dari skor butir dalam faktor.
2. Menghitung korelasi momen tangkar antara skor butir (x) dengan skor faktor (y).

Rumus korelasi product moment

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

$\alpha = 5\%$

r_{xy} : Korelasi momen tangkar

N : Jumlah Subyek (responden)

$\sum X$: Jumlah X (skor butir)

$\sum X^2$: Jumlah skor butir kuadrat

$\sum Y$: Jumlah Y (skor faktor)

$\sum Y^2$: Jumlah skor faktor kuadrat

$\sum XY$: Jumlah perkalian X dan Y

1. Menghitung korelasi bagian total, yaitu mengoreksi korelasi momen tangkar r_{xy} menjadi total koreksi r_{pq} . Persamaan untuk mengoreksi korelasi momen tangkar menjadi korelasi bagian total adalah sebagai berikut:

$$r_{pq} = \frac{r_{xy} \cdot S_{By} - S_{Bx}}{\sqrt{[(S_{Bx}^2) \times (S_{By}^2) - 2 r_{xy} \cdot S_{Bx} \cdot S_{By}]}}$$

r_{pq} : Koefisien korelasi bagian total

S_{Bx} : Simpang baku skor butir

S_{By} : Simpang baku skor faktor

Simpangan baku diperoleh dengan persamaan sebagai berikut:

$$SB = \sqrt{\{ JK/N \}}$$

SB : Simpangan baku

JK : Jumlah kuadrat

N : Jumlah data

JK adalah jumlah kuadrat yang diperoleh dari:

$$JK = \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}$$

2. Menguji taraf signifikansi r_{pq} . Derajat bebas (db) yang dipergunakan untuk menguji r_{pq} adalah $N-2$.

3. Mengukur butir-butir pertanyaan yang tidak sah. Butir-butir yang dipertahankan adalah butir-butir yang memiliki r_{pq} positif dan peluang ralat p lebih kecil dari 0,05

b. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui ketepatan atau tingkat presisi suatu ukuran atau alat pengukur, karena syarat untuk kualifikasi suatu instrumen pengukur adalah konsistensi atau tidak berubah-ubah. Karena instrumen yang digunakan menggunakan jawaban berskala, maka uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha

$$\text{Rumus: } \alpha = \frac{M}{M-1} \left[\frac{1 - JK_x}{JK_y} \right]$$

α = Koefisien reliabilitas yang dicari

JK_x = Jumlah varian butir pertanyaan

JK_y = Varian skor total

M = Jumlah butir pertanyaan

c. Penggunaan skala Likert

Skala likert dirancang untuk memungkinkan pelanggan menjawab dalam berbagai tingkat pada setiap butir yang menguraikan produk dan jasa. Skala ini mempunyai keuntungan yang memungkinkan pelanggan untuk mengekspresikan tingkatan pendapat mendekati kenyataan.

Penggunaan skala likert hendaknya berjumlah ganjil. Hal ini dimaksudkan untuk mencari nilai tengah dari skala tersebut. Terdapat nilai yang bulat pada penelitian maka digunakan skala likert tingkat 5 untuk kepentingan responden yaitu:

- a. Jawaban sangat baik / sangat penting di beri bobot 5
- b. Jawaban baik/penting di beri bobot 4
- c. Jawaban cukup baik/cukup penting di beri bobot 3
- d. Jawaban kurang baik/kurang penting di beri bobot 2
- e. Jawaban tidak baik/tidak penting di beri bobot 1

Dengan asumsi bahwa jarak skala adalah sama, maka skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala interval, tidak dapat diperoleh nilai mutlak dari obyek yang diteliti, melainkan hanya kecenderungan.

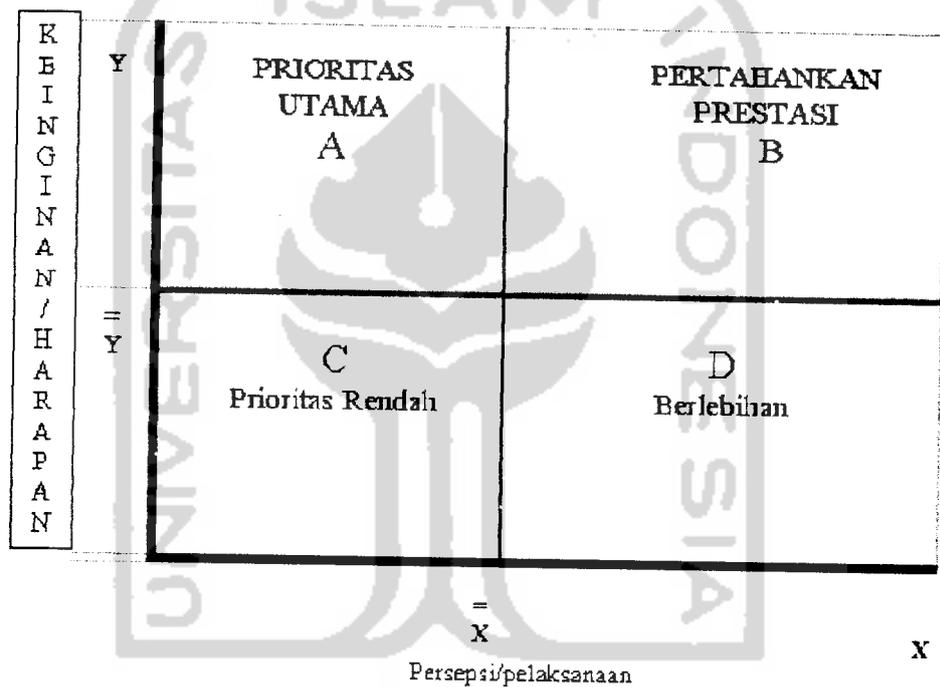
d. Diagram Kartesius

Diagram kartesius merupakan suatu diagram yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis (X,Y) dimana X merupakan rata-rata dari skor tingkat pelaksanaan, sedangkan Y adalah rata-rata skor tingkat kepentingan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Langkah-langkah untuk mengisi diagram adalah sebagai berikut:

1. Menjumlahkan nilai harapan (Y) setiap item dari seluruh responden, kemudian menghitung rata-rata tiap responden (Y).
2. Menjumlahkan nilai persepsi (X) setiap atribut dari seluruh responden kemudian menghitung rata-rata tiap responden (X).

3. Menghitung rata-rata dari rata-rata harapan (Y), dan seluruh item (Y).
4. Menghitung rata-rata dari rata-rata persepsi (X), dan seluruh item (X).
5. Membuat diagram dengan menggunakan X,Y (absis dan ordinat).
6. Memasukkan hasil rata-rata (X,Y) tiap item pada diagram.



X = rata-rata dari skor tingkat pelaksanaan, Y = rata-rata skor tingkat kepentingan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Keterangan :

A = Disebut daerah prioritas utama yang harus dibenahi karena dianggap dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan (harapan tinggi, sedangkan persepsi rendah).

B = Disebut daerah yang harus dipertahankan, karena menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan (harapan tinggi dan persepsi juga tinggi).

C = Disebut sebagai prioritas rendah, karena menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan (harapan rendah, persepsi rendah).

D = Disebut daerah berlebihan, menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan (harapan rendah, persepsi tinggi).

III.6. Analisa Penelitian

Seringkali penelitian kualitatif dan kuantitatif disajikan seakan-akan saling berlawanan berbeda satu sama lain, tetapi rancangan riset yang baik tetap merupakan perpaduan dari keduanya, yaitu saling melengkapi. Penelitian kualitatif umumnya sulit diberi pembenaran secara matematik karena lebih cenderung pada penyampaian perasaan atau wawasan yang datanya diambil berdasarkan sampel. Walaupun demikian, riset kualitatif bisa menyediakan informasi penting yang kemudian bisa dijelajahi lebih lanjut melalui riset kuantitatif.

1. Analisa Kualitatif

a. Mengidentifikasi variabel-variabel keinginan konsumen berdasarkan wawancara dan observasi untuk dimasukkan kedalam kuisisioner guna membantu responden dalam menentukan pernyataan tambahan.

- b. Menterjemahkan keinginan konsumen ke dalam bahasa teknik (penentuan atribut-atribut).
- c. Menentukan target untuk masing-masing atribut (karakteristik).

2. Analisa Kuantitatif

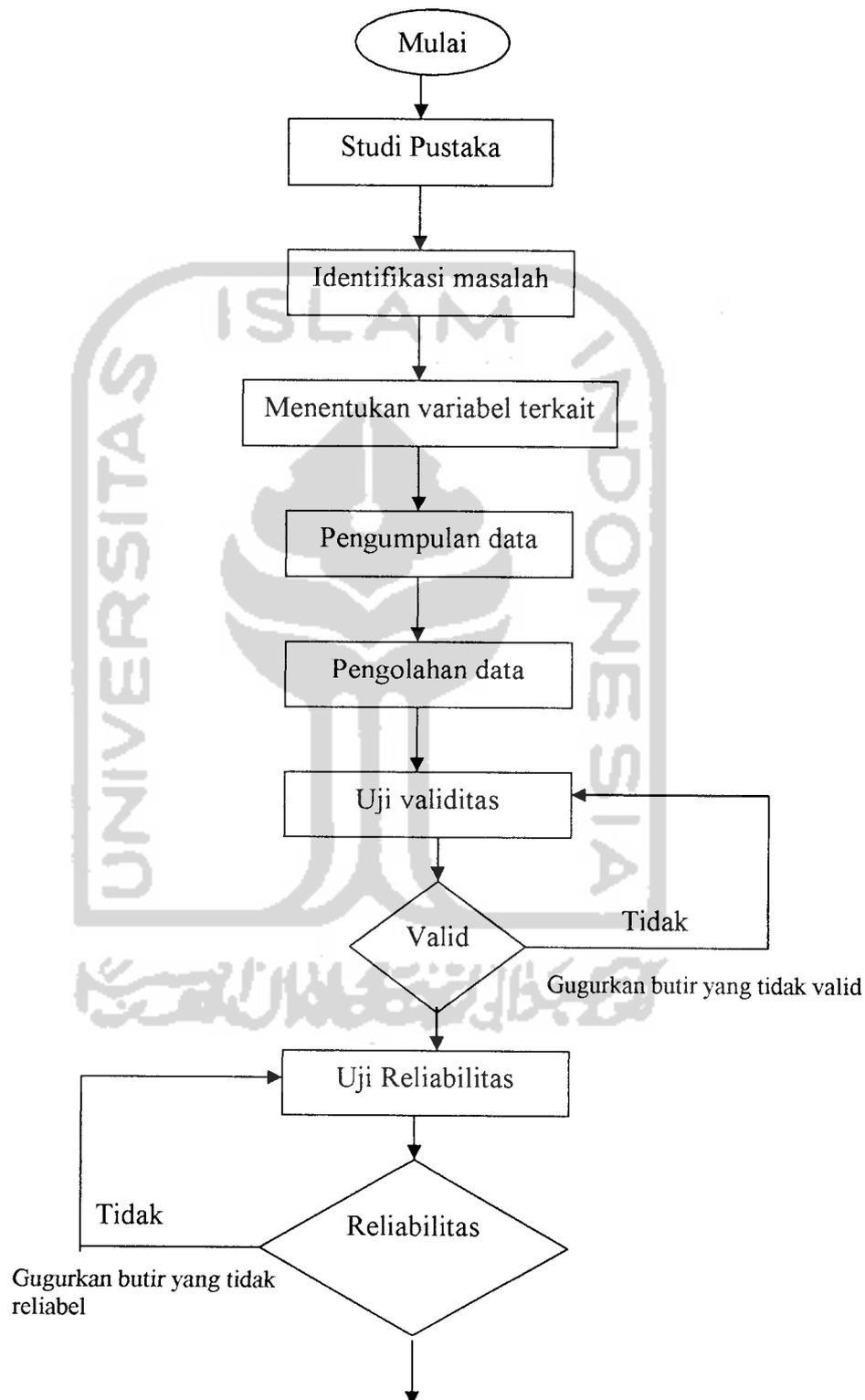
- a. Menentukan jumlah kuisisioner yang sah atau tidak cacat meliputi kelengkapan pengisian kuisisioner, kelengkapan jawaban, dan relevansi jawaban.
- b. Menguji kesahihan dan keandalan kuisisioner dengan menggunakan software SPSS.
- c. Diagram kartesius

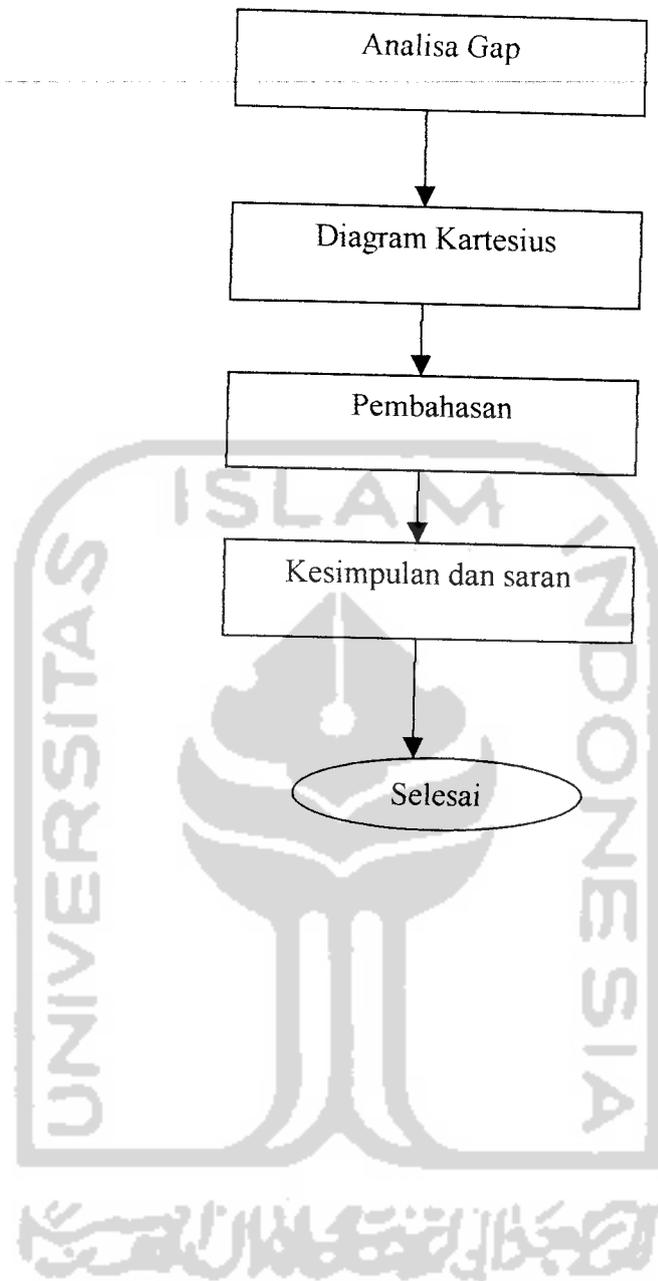
$$X = \sum_{i=1}^N \frac{X_i}{k} \qquad Y = \sum_{i=1}^N \frac{Y_i}{k}$$

Dimana k = banyaknya atribut atau fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

X = rata-rata dari skor tingkat pelaksanaan, Y = rata-rata skor tingkat kepentingan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

III.7. Diagram Alir Penelitian





BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

IV.1 Latar Belakang

IV.1.1 Sejarah Teknik Industri FTI-UII

Universitas Islam Indonesia didirikan pada tanggal 27 Rajab 1364 H atau bertepatan dengan 8 Juli 1945 (40 hari sebelum Proklamasi Kemerdekaan Negara Republik Indonesia), dengan nama Sekolah Tinggi Islam (STI) di Jakarta. STI adalah cita-cita luhur tokoh-tokoh nasional Indonesia yang melihat kenyataan bahwa ketika itu pendidikan tinggi yang ada adalah milik Belanda (Technische Hoogeschool atau Institut Teknologi Bandung kini, Recht Hoogeschool di Jakarta dan Sekolah Tinggi Pertanian di Bogor). STI lahir untuk menjadi bukti adanya kesadaran berpendidikan pada masyarakat pribumi.

Dibidani oleh tokoh-tokoh nasional seperti Dr. Moh. Hatta (Proklamator dan mantan Wakil Presiden RI), Moh. Natsir, Prof. KHA. Muzakir, Moh. Roem, KH. Wachid Hasyim, dll, menjadikan STI sebagai basis pengembangan pendidikan yang bercorak nasional dan Islamis serta menjadi tumpuan harapan seluruh anak bangsa.

Seiring hijrahnya ibukota Republik Indonesia ke Yogyakarta, maka STI pun hijrah dan diresmikan kembali oleh Presiden Soekarno pada tanggal 27 Rajab 1365 H atau bertepatan dengan tanggal 10 April 1946 bertempat di nDalem Pangulon Yogyakarta. Untuk peningkatan peran dalam perjuangan, maka STI

yang kala itu menjadi satu-satunya perguruan tinggi Islam, diubah menjadi universitas dengan nama University Islam Indonesia atau sekarang Universitas Islam Indonesia (Islamic University of Indonesia, Al Jami'ah Islamiyah Al Indonesiyah) pada tahun 1947.

Realisasi perubahan STI menjadi UII didahului pembukaan kelas pendahuluan (semacam pra universitas) yang diresmikan pada bulan Maret 1948 di Pendopo nDalem Purbojo, Ngasem Yogyakarta. Sedangkan , pembukaan UII (menggantikan STI) secara resmi diselenggarakan pada tanggal 27 Rajab 1367 H (bertepatan dengan tanggal 4 Juni 1948) bertempat di nDalem Kepatihan Yogyakarta dan mendapat kunjungan dari para menteri serta pejabat sipil dan militer lainnya.

Dengan demikian, pada tanggal 27 Rajab (4 Juni 1948) hadirilah University Islam Indonesia yang merupakan wajah baru STI dan telah resmi beroperasi sejak tiga tahun sebelumnya di Negara Republik Indonesia. Pada saat diresmikan UII membuka empat Fakultas, yaitu: Fakultas Ekonomi, Fakultas Hukum, Fakultas Pendidikan, dan Fakultas Agama.

UII sebagai universitas swasta tertua di Indonesia, kemudian berkembang sangat pesat dengan lebih 22 fakultas cabang, tersebar diseluruh Indonesia (Surakarta, Madiun, Purwokerto, Gorontalo, Bangil, Cirebon dan Klaten) dengan pusatnya di Yogyakarta.

dan Manajemen Industri dengan dua program studi, yaitu program studi Teknik Industri dan program studi Teknologi Tekstil.

Jurusan Teknik Industri berdiri sejak tahun 1982, dan kini berstatus akreditasi dengan nilai A dari Badan Akreditasi Nasional dan telah menghasilkan ribuan alumni yang tersebar dan bekerja antara lain di sektor swasta maupun pemerintah.

Kurikulum jurusan Teknik Industri dirancang berbasis manufaktur dan jasa yang disesuaikan dengan perkembangan teknologi informasi yang cepat dan secara global mempengaruhi perilaku manusia dan dunia industri. Sistem pembelajaran jurusan Teknik Industri mengacu pada pembelajaran aktif (active learning) yang didukung oleh dosen-dosen tetap maupun tidak tetap yang sebagian besar berpendidikan S2 dan S3 serta sarana gedung yang megah dan nyaman. Perpustakaan sebagai pendukung sistem pembelajaran mempunyai ribuan judul buku dan jurnal dan dengan fasilitas pelayanan yang optimal, di buka dari pagi sampai sore hari. Fasilitas ini setiap tahun selalu dikembangkan dengan anggaran dana yang memadai.

Jurusan Teknik Industri mempunyai 6(enam) laboratorium dan 2 (dua) studio yang dikelola secara professional untuk pelayanan praktikum, penelitian baik dosen maupun mahasiswa serta pelatihan. Fasilitas dan peralatan selalu dikembangkan setiap tahun melalui dana pengembangan laboratorium maupun Tri Dharma Perguruan Tinggi. Keenam laboratorim tersebut adalah: laboratorium sistem manufaktur, laboratorium analisis perancangan kerja dan ergonomic

(APK&E), laboratorium statistic dan optimasi industri, laboratorium simulasi industri, laboratorium enterprice fasilitas industri (ERP) dan studio perancangan tata letak dan fasilitas industri, lokasi dan pemindahan material dan studio manajemen. Dengan sarana dan pra sarana yang tersedia di jurusan teknik industri, direncanakan setiap mahasiswa dapat menyelesaikan studinya dalam waktu 4 sampai 4,5 tahun.

IV.1.2 Nilai Dasar, Visi, Misi dan Tujuan

Nilai Dasar UII adalah kepaduan nilai pengabdian (ibadah) dan nilai keunggulan (ekselensi) yang dijadikan landasan utama dalam membangun visi dan misi UII.

Visi

Menjadi fakultas yang unggul dalam mengembangkan sumberdaya manusia yang berorientasi ke masa depan dengan komitmen pada perubahan dan kemajuan di bidang teknologi industri serta professional dalam menyelenggarakan pendidikan, penelitian dan layanan masyarakat yang dilandasi karakter khairo ummah

Misi

1. Mewujudkan institusi yang menjadi bagian dari dakwah islamiyah sesuai dengan tuntunan al-quran dan al-hadits di bidang pendidikan, ilmu dn teknologi dan tempat dihasilkannya

insan ulil albab dan mampu menunjukkan jati diri sebagai khairo ummah.

2. Menyelenggarakan sistem belajar mengajar dengan dukungan teknologi informasi dan telekomunikasi dalam kerangka sistem pendidikan tinggi yang modern yang berorientasi pada kemajuan ilmu dan teknologi, dan komitmen pada penerapan berbagai instrument untuk menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas.
3. Mencetak sumberdaya yang unggul lewat peningkatan kualitas penelitian dan layanan masyarakat dengan cirri inovasi teknologi dan kreatifitas pemanfaatan ilmi pengetahuan dengan kemampuan dasar yang baik serta berorientasi pada kemaslahatan ummat manusia dan mampu menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.
4. Menghasilkan keluaran/lulusan yang unggul dalam hal sikap dan perilaku serta mampu berperan aktif di masyarakat dan memiliki kemampuan bersaing sesuai dengan kebutuhan jaman.
5. Menjalankan proses-proses penyelenggaraan pendidikan tinggi dengan prinsip tata kelola yang baik; keadilan, transparansi, akuntabilitas, dan tanggung jawab.

IV.1.3 Pelayanan di Teknik Industri FTI-UII

a. Divisi perkuliahan dan ujian

Pelayanan terkait dengan:

- Jadwal key in
- Jadwal kuliah
- Pencetakan KRS
- Kehadiran kuliah
- Jadwal ujian
- Pencetakan kartu ujian
- Kehadiran ujian
- Pendaftaran ujian pendadaran
- Surat keterangan lulus ujian ujian pendadaran
- Pendaftaran KP dan TA
- Surat-surat KP dan TA
- Pembatalan mata kuliah semester berjalan

b. Divisi umum

Pelayanan terkait dengan:

- Surat keterangan selain KP dan TA
- Surat dan kiriman barang dari pihak luar kepada mahasiswa
- Informasi dan formulir beasiswa

c. Divisi perbekalan dan rumah tangga

Pelayanan terkait dengan:

- Keamanan dan kebersihan kampus
- Peminjaman dan penggunaan fasilitas

d. Divisi administrasi akademik

Pelayanan terkait dengan:

- Nilai ujian
- Transkrip nilai atau kartu hasil studi
- Tutup teori
- Legalisir ijazah dan transkrip nilai
- Formulir cuti atau pindah kuliah
- Her registrasi setiap awal semester
- Kalender akademik
- Pengambilan account dan password UNIsys untuk mahasiswa baru
- Buku panduan akademik universitas
- Penghapusan mata kuliah pilihan dari transkrip nilai

e. Divisi keuangan

Pelayanan terkait dengan:

- Informasi pembayaran
- Pembayaran keuangan

f. Divisi Perpustakaan

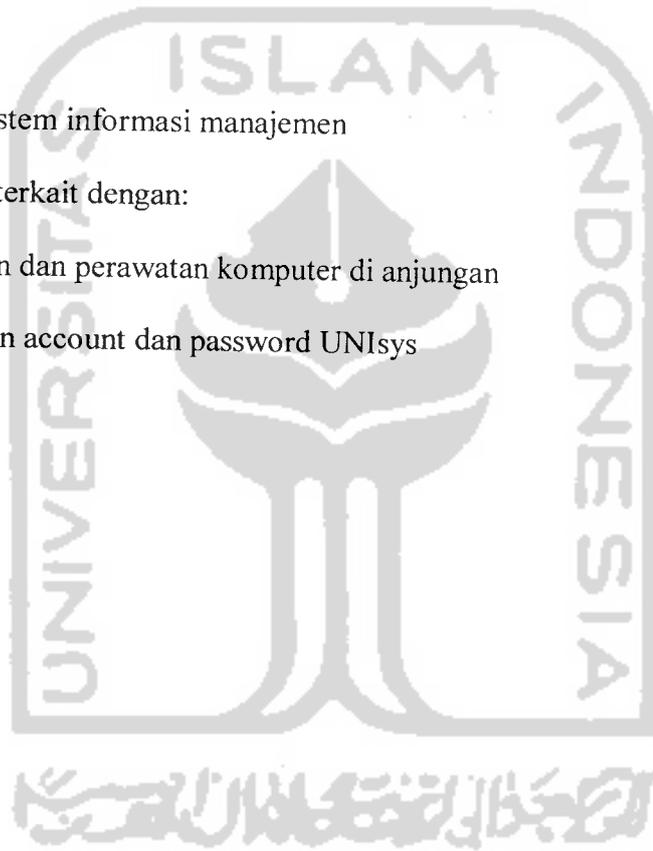
Pelayanan terkait dengan:

- Informasi bahan pustaka
- Peminjaman bahan pustaka
- Surat bebas perpustakaan
- Surat pengantar ke perpustakaan lain

g. Divisi sistem informasi manajemen

Pelayanan terkait dengan:

- Pengadaan dan perawatan komputer di anjungan
- Pembaruan account dan password UNIsys



IV.2 Pengumpulan Data

Metode yang akan digunakan adalah sampling aksidental (accidental sampling), yaitu individu-individu yang dijadikan sampel adalah konsumen yang kebetulan ada di tempat penelitian untuk dijadikan sebagai sumber data.

Adapun jumlah sampel untuk konsumen ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = p(1-p) \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{SE} \right]^2$$

n : Jumlah sampel

p : Proporsi sebenarnya dari populasi

SE: Standar error

$Z_{\alpha/2}$: Derajat keyakinan yang dipilih

Karena p tidak diketahui, maka besarnya $p(1-p)$ diganti dengan cara mencari turunan pertama dari $p-p^2$ yaitu $1-2p$. Nilai maksimum akan diperoleh jika turunan pertama tersebut sama dengan nol, yaitu $1-2p=0$. Didapatkan $p = \frac{1}{2}$ dan $p(1-p) = \frac{1}{4}$. Dengan standar error 10% dan derajat keyakinan 90% ($Z_{\alpha/2} = 1,64$) maka jumlah sampel responden yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{1,64}{0,1} \right]^2$$

$$n = 67,24 \sim 68$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini minimal 68 sampel. Dalam penelitian ini akan digunakan 70 sampel.

Data jumlah responden

Tabel: 4.1 Jumlah responden

Responden	Jumlah
Pria	42
Wanita	28
Total	70

Tabel: 4.2 Rincian jumlah responden

Angkatan	Pria	Wanita	Jumlah
2001	3	5	8
2002	9	5	14
2003	5	5	10
2004	4	3	7
2005	21	10	31
Total	42	28	70

IV.3 Pengujian Kuisisioner

IV.3.1 Uji Validitas

1. Menentukan Hipotesis

Ho : Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor

H1 : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktor

2. Menentukan nilai r tabel

Untuk harga r tabel dengan taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan $db = N - 2 = 70 - 2 = 68$, maka dilakukan interpolasi. Interpolasi dilakukan untuk derajat kebebasan 60 ($r_{tab} = 0,165$) dan derajat kebebasan 120 ($r_{tab} = 0,117$).

Tabel: 4.3 Tabel r untuk db 60 dan 120

Db	Nilai r tabel
60	0,165
68	X
120	0,117

Perhitungan interpolasi

$$\frac{60-68}{60-120} = \frac{0,165-X}{0,165-0,117}$$

$$X = 0,158$$

3. Perhitungan Uji Validitas butir pernyataan ke 1 Dimensi Tangible

Tabel: 4.4 Perhitungan uji validitas butir ke 1 dimensi tangible

No	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	3	33	9	1089	99
2	4	28	16	784	112
3	3	26	9	676	78
4	4	36	16	1296	144
5	4	31	16	961	124
6	4	30	16	900	120
7	4	37	16	1369	148
8	4	28	16	784	112
9	4	34	16	1156	136
10	4	35	16	1225	140
11	4	32	16	1024	128
12	4	29	16	841	116
13	3	30	9	900	90
14	5	37	25	1369	185
15	4	30	16	900	120
16	3	26	9	676	78
17	4	31	16	961	124
18	4	30	16	900	120
19	4	27	16	729	108
20	4	30	16	900	120
21	4	27	16	729	108
22	4	35	16	1225	140
23	3	27	9	729	81
24	5	37	25	1369	185
25	4	31	16	961	124
26	5	36	25	1296	180
27	4	31	16	961	124
28	4	30	16	900	120
29	4	27	16	729	108
30	2	18	4	324	36
31	4	31	16	961	124
32	3	25	9	625	75
33	3	27	9	729	81
34	4	24	16	576	96
35	4	32	16	1024	128
36	2	23	4	529	46
37	4	28	16	784	112
38	3	31	9	961	93
39	3	25	9	625	75
40	4	33	16	1089	132

41	4	28	16	784	112
42	4	22	16	484	88
43	4	36	16	1296	144
44	3	24	9	576	72
45	4	29	16	841	116
46	2	29	4	841	58
47	3	29	9	841	87
48	3	27	9	729	81
49	4	28	16	784	112
50	3	27	9	729	81
51	4	24	16	576	96
52	4	33	16	1089	132
53	4	35	16	1225	140
54	3	28	9	784	84
55	4	27	16	729	108
56	3	21	9	441	63
57	4	30	16	900	120
58	3	36	9	1296	108
59	4	28	16	784	112
60	3	30	9	900	90
61	5	27	25	729	135
62	3	18	9	324	54
63	2	26	4	676	52
64	3	27	9	729	81
65	4	28	16	784	112
66	3	26	9	676	78
67	4	33	16	1089	132
68	3	27	9	729	81
69	3	26	9	676	78
70	4	29	16	841	116
Total	254	2036	954	60448	7493

- Perhitungan simpangan baku skor butir

> Jumlah kuadrat skor butir (Jk x)

$$Jk x = \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}$$

$$= 954 - \frac{(254)^2}{70}$$

$$= 32,34$$

> Simpang baku skor butir

$$SB_x = \frac{\sqrt{Jk_x}}{N}$$

$$= \frac{\sqrt{32,34}}{70} = 0,67970$$

• Perhitungan simpangan baku skor faktor

$$Jk_y = \frac{\sum Y^2 - (\sum Y)^2}{N}$$

$$= \frac{60448 - (2036)^2}{70} = 1229,48$$

> Simpang baku skor faktor (SBy)

$$SBy = \frac{\sqrt{Jky}}{N}$$

$$= \frac{\sqrt{1229,48}}{70} = 4,19$$

• Perhitungan koefisien korelasi momen tangkar

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2] [N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

r_{xy} : Korelasi momen tangkar

N : Jumlah Subyek (responden)

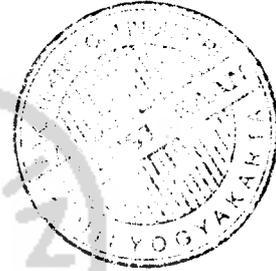
$\sum X$: Jumlah X (skor butir)

$\sum X^2$: Jumlah skor butir kuadrat

$\sum Y$: Jumlah Y (skor faktor)

$\sum Y^2$: Jumlah skor faktor kuadrat

$\sum XY$: Jumlah perkalian X dan Y



$$r_{xy} = \frac{70(7493) - (254)(2036)}{\sqrt{[70(954) - (254)^2][70(60448) - (2036)^2]}} = 0,5276$$

- Perhitungan koefisien korelasi bagian total

$$r_{pq} = \frac{r_{xy} \cdot S_{By} - S_{Bx}}{\sqrt{[(S_{Bx})^2 \times (S_{By})^2 - 2 r_{xy} \cdot S_{Bx} \cdot S_{By}]}}$$

$$r_{pq} = \frac{(0,5276)(4,19) - 0,67970}{\sqrt{\{(0,67970)^2 + (4,19)^2 - 2(0,5276)(0,67970)(4,19)\}}}$$

$$= 0,3953$$

4. Pengambilan keputusan

- bila r hitung positif, dimana $r_{hit} > r_{tab}$, maka butir atau variabel dinyatakan valid
- bila r hitung negatif, dimana $r_{hit} < r_{tab}$. Maka butir atau variabel dinyatakan tidak valid, dan bila $r_{hit} > r_{tab}$, maka H_0 tetap ditolak.

Kesimpulan

Karena $r_{hit} > r_{tab}$ ($0,3953 > 0,158$) maka H_0 diterima. Artinya skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor, sehingga butir pertanyaan ke 1 untuk dimensi tangible dinyatakan **valid**.

Uji validitas seluruh dimensi

Tabel: 4.5 Uji validitas seluruh dimensi

No	Pernyataan	R Tab	Korelasi	Keterangan
	I.Tangible = Fasilitas pendidikan/bukti nyata pelayanan			
1	Kebersihan dan kerapihan rata-rata ruang kuliah setiap harinya	0,158	0,3953	Valid
2	Kelengkapan rata-rata ruang kuliah untuk mendukung perkuliahan	0,158	0,4810	Valid
3	Kondisi / kelengkapan buku di perpustakaan untuk mendukung proses dan hasil belajar	0,158	0,2372	Valid
4	Kondisi/kelengkapan alat-alat dan fasilitas rata-rata laboratorium di jurusan TI	0,158	0,6030	Valid
5	Ketepatan rencana kalender akademik dengan pelaksanaannya	0,158	0,3813	Valid
6	Keakuratan layanan	0,158	0,5279	Valid

	informasi Akademik (UJ-LIA)			
7	Ketepatan pengaturan jadwal kuliah	0,158	0,4462	Valid
8	Kondisi fasilitas komputer di anjungan	0,158	0,2359	Valid
9	Kesesuaian buku ajar/buku acuan dosen untuk pembelajaran	0,158	0,5641	Valid
	II. Reliability = Keandalan			
10	Kesiapan rata-rata dosen T.I dalam mengajar	0,158	0,6552	Valid
11	Keaktifan dan kedisiplinan rata-rata dosen T.I	0,158	0,7258	Valid
12	Terjalannya Komunikasi antara dosen dan mahasiswa	0,158	0,6370	Valid
13	Model/type pemilihan dosen pembimbing untuk KP/TA	0,158	0,6090	Valid
14	Ketepatan waktu rata-rata dosen T.I dalam memberi	0,158	0,4589	Valid

	nilai			
	III. Responsiveness = sikap tanggap			
15	Kecepatan pelayanan / kemudahan pelayanan administrasi	0,158	0,5749	Valid
16	Peranan dosen wali dalam membantu/membimbing mahasiswa	0,158	0,5654	Valid
17	Kecepatan pihak jurusan dalam menanggapi keluhan mahasiswa	0,158	0,6473	Valid
	IV. Assurance = Perlakuan pada mahasiswa.			
18	Keramahan dosen dan karyawan dalam memberikan pelayanan	0,158	0,4425	Valid
19	Tersedianya kotak saran untuk memperhatikan keluhan mahasiswa	0,158	0,5790	Valid
20	Tersedianya informasi/pengumuman-	0,158	0,6379	Valid

	pengumuman non akademik, misalnya informasi beasiswa, workshop, dll			
	V. Emphaty : Pemahaman Kepentingan Mahasiswa			
21	Adanya penghargaan pada kemajuan mahasiswa	0,158	0,4524	Valid
22	Kemajuan pembinaan minat dan bakat mahasiswa	0,158	0,3792	Valid
23	Kesesuaian buku panduan akademik untuk dijadikan pedoman	0,158	0,5038	Valid
24	Kondisi dan kebersihan toilet	0,158	0,3829	Valid
25	Kondisi dan kebersihan fasilitas kantin	0,158	0,3423	Valid
26	Tersedianya fasilitas tempat parkir yang memadai	0,158	0,4887	Valid
27	Tersedianya alat transportasi dalam kampus	0,158	-0,038	Tidak Valid

Karena butir kuisisioner no 27 hasilnya tidak valid ($r_{hit} < r_{tab}$, yaitu $-0,038 < 0,158$), maka butir 27 tersebut digugurkan dan dilakukan pengujian ulang pada dimensi empathy.

Dimensi Empathy: Pemahaman kepentingan mahasiswa

Tabel: 4.6. Iterasi ke 2 uji validitas dimensi empathy

	V. Empathy : Pemahaman Kepentingan Mahasiswa			
21	Adanya penghargaan pada kemajuan mahasiswa	0,158	0,4566	Valid
22	Adanya penjarangan minat dan bakat mahasiswa	0,158	0,3999	Valid
23	Kesesuaian buku panduan akademik untuk dijadikan pedoman	0,158	0,4931	Valid
24	Kondisi dan kebersihan toilet	0,158	0,4107	Valid
25	Kondisi dan kebersihan fasilitas kantin	0,158	0,3673	Valid
26	Tersedianya fasilitas tempat parkir yang memadai	0,158	0,5058	Valid

IV.3.2 Uji reliabilitas

1. Menentukan Hipotesis

Ho : Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor

H1 : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktor

2. Menentukan nilai r tabel

Untuk harga r tabel dengan taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan $db = N - 2 = 70 - 2 = 68$, maka dilakukan interpolasi. Interpolasi dilakukan untuk derajat kebebasan 60 ($r_{tab} = 0,165$) dan derajat kebebasan 120 ($r_{tab} = 0,117$).

Tabel: 4.7 Tabel r untuk db 60 dan 120

Db	Nilai r tabel
60	0,165
68	X
120	0,117

Perhitungan interpolasi

$$\frac{60-68}{60-120} = \frac{0,165-X}{0,165-0,117}$$

$$X = 0,158$$

3. Perhitungan uji reliabilitas dimensi tangible

Tabel. 4.8 Perhitungan uji reliabilitas dimensi tangible

NO	TANGIBLE								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	3	2	4	4	5	4	4	3	4
2	4	3	4	4	3	4	3	1	2
3	3	3	3	3	4	3	3	1	3
4	4	5	5	4	4	4	4	3	3

5	4	4	3	4	4	4	3	2	3
6	4	3	2	3	5	2	4	2	5
7	4	4	4	4	4	5	4	4	4
8	4	4	3	3	3	4	2	3	2
9	4	4	4	4	4	4	4	2	4
10	4	4	5	4	4	4	2	4	4
11	4	3	3	4	3	5	4	2	4
12	4	4	3	3	4	3	3	2	3
13	3	4	2	3	4	4	3	4	3
14	5	4	5	4	4	4	3	4	4
15	4	3	3	4	4	4	4	1	3
16	3	3	3	3	3	4	2	2	3
17	4	4	4	4	3	3	3	3	3
18	4	3	2	3	3	4	4	3	4
19	4	4	3	4	2	2	2	2	4
20	4	3	3	4	3	3	4	2	4
21	4	3	3	3	5	4	3	1	1
22	4	4	3	3	5	5	5	2	4
23	3	3	3	3	4	3	4	1	3
24	5	4	4	4	5	4	4	3	4
25	4	3	3	4	4	4	5	2	2
26	5	4	4	4	4	5	4	2	4
27	4	4	3	3	4	4	3	3	3
28	4	2	5	3	4	3	3	3	3
29	4	4	4	3	2	2	2	3	3
30	2	2	2	2	2	2	2	2	2
31	4	3	4	3	4	4	4	2	3
32	3	2	3	2	3	3	3	3	3
33	3	3	2	3	4	4	3	2	3
34	4	2	2	4	4	3	2	1	2
35	4	4	3	4	4	4	3	2	4
36	2	3	3	2	2	4	1	4	2
37	4	3	3	4	3	3	3	2	3
38	3	2	5	4	3	3	4	3	4
39	3	3	3	3	3	3	3	1	3
40	4	4	4	4	3	3	4	3	4
41	4	4	3	3	4	3	4	1	2
42	4	3	3	2	4	2	1	2	1
43	4	5	3	4	4	5	5	3	3
44	3	2	4	3	4	3	3	1	1
45	4	3	4	4	3	4	2	2	3
46	2	4	5	3	2	4	2	3	4
47	3	4	3	4	4	4	3	2	2
48	3	2	3	3	4	4	4	1	3
49	4	3	4	4	4	3	2	1	3
50	3	3	4	4	4	2	3	1	3
51	4	2	4	2	2	3	3	1	3
52	4	3	4	4	4	4	4	2	4

53	4	4	4	4	5	4	4	2	4
54	3	2	2	3	4	4	4	3	3
55	4	2	4	3	3	3	4	1	3
56	3	3	4	3	3	2	1	1	1
57	4	3	4	4	3	4	3	2	3
58	3	4	4	4	5	5	5	2	4
59	4	2	3	3	3	4	2	4	3
60	3	3	4	3	4	4	4	2	3
61	5	3	4	3	2	3	3	2	2
62	3	2	1	2	2	3	3	1	1
63	2	3	4	3	3	3	3	2	3
64	3	3	4	3	3	3	3	2	3
65	4	3	4	3	3	3	3	2	3
66	3	3	4	3	3	3	3	1	3
67	4	4	4	4	4	4	4	1	4
68	3	3	4	4	4	3	2	1	3
69	3	3	4	3	4	2	3	1	3
70	4	4	4	3	4	3	3	1	3
total	254	225	244	236	250	245	223	146	213
X ²	954	765	900	824	940	903	771	364	701
JK	32,34	41,78	49,48	28,34	47,14	45,5	60,58	59,48	52,87

$$J_{kx} = \sum J_k = 417.5429$$

$$J_{ky} = 1229,48 \text{ (lihat hasil } J_{ky} \text{ pada uji validitas)}$$

variansi menurut definisinya adalah bilangan simpang baku kuadrat

$$V = SB^2 = \frac{JK}{N} \dots\dots\dots(4.1)$$

Karena V_x dan V_y menggunakan pembagi sama, yaitu N sebagai db maka rumus

dapat disederhanakan menjadi:

$$rtt = \frac{M}{M-1} \left(\frac{V_y - V_x}{V_y} \right) = \frac{M}{M-1} \left(1 - \frac{V_x}{V_y} \right)$$

$$= \frac{M}{M-1} \left(1 - \frac{J_{kx}/(N-1)}{J_{ky}/(N-1)} \right)$$

$$rtt = \frac{M}{M-1} \left[1 - \frac{J_{kx}}{J_{ky}} \right]$$

$$= \frac{9}{9-1} \left[1 - \frac{417,542}{1229,48} \right] = 0,7429$$

4. Pengambilan keputusan

- bila r hitung positif, dimana $r_{hit} > r_{tab}$, maka butir atau variabel dinyatakan reliabel
- bila r hitung negative, dimana $r_{hit} < r_{tab}$. Maka butir atau variabel dinyatakan tidak reliabel, dan bila $r_{hit} > r_{tab}$, maka H_0 tetap ditolak.

Kesimpulan

Karena $r_{hit} > r_{tab}$ ($0,7429 > 0,158$) maka H_0 diterima. Artinya skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor, sehingga butir pertanyaan untuk dimensi tangible dinyatakan reliabel.

IV.4 Perhitungan Gap

Analisis Servqual

Analisis servqual dapat dilakukan untuk tiap dimensi dan untuk tiap atribut atau pertanyaan. Model servqual ini mendefinisikan bahwa kesenjangan/ gap (G) untuk faktor kualitas jasa:

$$G = P (\text{Perception}) - E (\text{Expectation}) \dots\dots\dots(4.2)$$

Untuk mengetahui atribut-atribut pada dimensi mana yang memberikan kontribusi terkecil, maka dilakukan perhitungan rata-rata (mean) harapan dan rata-rata (mean) kinerja serta gap untuk tiap-tiap atribut. Penghitungan Gap untuk tiap atribut dapat dilihat pada tabel berikut.

Dimensi Tangible

Tabel: 4.9 Harapan, pelayanan dan gap dimensi tangible

POINT	HARAPAN Y	PELAYANAN X	GAP X-Y
1	3.9714286	3.628571	-0.34286
2	3.8714286	3.214286	-0.65714
3	3.9285714	3.485714	-0.44286
4	3.7857143	3.371429	-0.41429
5	3.9142857	3.571429	-0.34286
6	3.9	3.5	-0.4
7	4.0714286	3.185714	-0.88571
8	4.0714286	2.085714	-1.98571
9	3.8142857	3.042857	-0.77143
Rata-rata	3.9253968	3.231746	0.69365079

Dimensi Reliability

Tabel: 4.10 Harapan, pelayanan dan gap dimensi reliability

POINT	HARAPAN Y	PELAYANAN X	GAP X-Y
10	3.9285714	3.442857	-0.48571
11	3.9571429	3.342857	-0.61429
12	3.9	3.128571	-0.77143
13	3.8428571	3.385714	-0.45714
14	3.9285714	3.071429	-0.85714
Rata-rata	3.9114286	3.274286	0.63714286

Dimensi Responsiveness

Tabel: 4.11 Harapan, pelayanan dan gap dimensi responsiveness

POINT	HARAPAN Y	PELAYANAN X	GAP X-Y
15	4.0285714	3.042857	-0.98571
16	3.8714286	2.942857	-0.92857
17	3.9428571	2.714286	-1.22857
Rata-rata	3.947619	2.9	1.04761905

Dimensi Assurance

Tabel: 4.12 Harapan, pelayanan dan gap dimensi assurance

POINT	HARAPAN Y	PELAYANAN X	GAP X-Y
18	3.9285714	3.114286	-0.81429
19	3.8714286	3.185714	-0.68571
20	3.9428571	3.157143	-0.78571
Rata-rata	3.9142857	3.152381	0.76190476

Dimensi Emphaty

Tabel: 4.13 Harapan, pelayanan dan gap dimensi emphaty

POINT	HARAPAN Y	PELAYANAN X	GAP X-Y
21	3.8	2.885714	-0.91429
22	3.8714286	2.8	-1.07143
23	3.7428571	3.2	-0.54286
24	3.9714286	3.5	-0.47143
25	3.8571429	3.471429	-0.38571
26	3.8571429	3.528571	-0.32857
Rata-rata	3.85	3.230952	0.61904762

Dimensi Servqual

Tabel: 4.14 Harapan, pelayanan dan gap dimensi servqual

DIMENSI	HARAPAN Y	PELAYANAN X	GAP X-Y
TANGIBLE	3.9253968	3.231746	-0.69365079
RELIABILITY	3.9114286	3.274286	-0.63714286
RESPONSIVENESS	3.947619	2.9	-1.04761905
ASSURANCE	3.9142857	3.152381	-0.76190476
EMPHATY	3.85	3.230952	-0.61904762
Rata-rata	3.909746	3.157873	0,807916032

Untuk menganalisis kualitas pelayanan yang telah diberikan maka digunakan rumus:

* (Besterfield dalam Ariani, 2004) yaitu:

$$\text{Kualitas} = \frac{\text{Penilaian}}{\text{Harapan}} \dots\dots\dots(4.3)$$

Jika kualitas (Q) ≥ 1 maka kualitas pelayanan dikatakan baik

Berdasarkan harapan dan penilaian yang telah diperoleh untuk setiap dimensi, maka penggolongan kualitas untuk tiap dimensi dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel: 4.15 Kualitas pelayanan tiap dimensi

DIMENSI	HARAPAN E	PELAYANAN P	KUALITAS Q = P/E
TANGIBLE	3.9253968	3.231746	0.823291549
RELIABILITY	3.9114286	3.274286	0.837107378
RESPONSIVENESS	3.947619	2.9	0.734620024
ASSURANCE	3.9142857	3.152381	0.805352798
EMPHATY	3.85	3.230952	0.839208411
Rata-rata	3.909746	3.157873	0,807916032

Diagram kartesius

Dalam pengolahan data diatas dengan menggunakan diagram kartesius ini, pengolahan dibagi atas perhitungan rata-rata pelayanan dan harapan (x,y), dan rata-rata dari rata-rata pelayanan dan harapan (X,Y) tiap atribut dalam satu dimensi.

Penempatan titik-titik koordinat tiap atribut dalam diagram kartesius, penghitungan rata-rata pelayanan dan harapan (x.y) dan rata-rata dari rata-rata pelayanan dan harapan (X,Y) tiap dimensi dan penempatan titik-titik koordinat tiap dimensi dalam diagram kartesius.

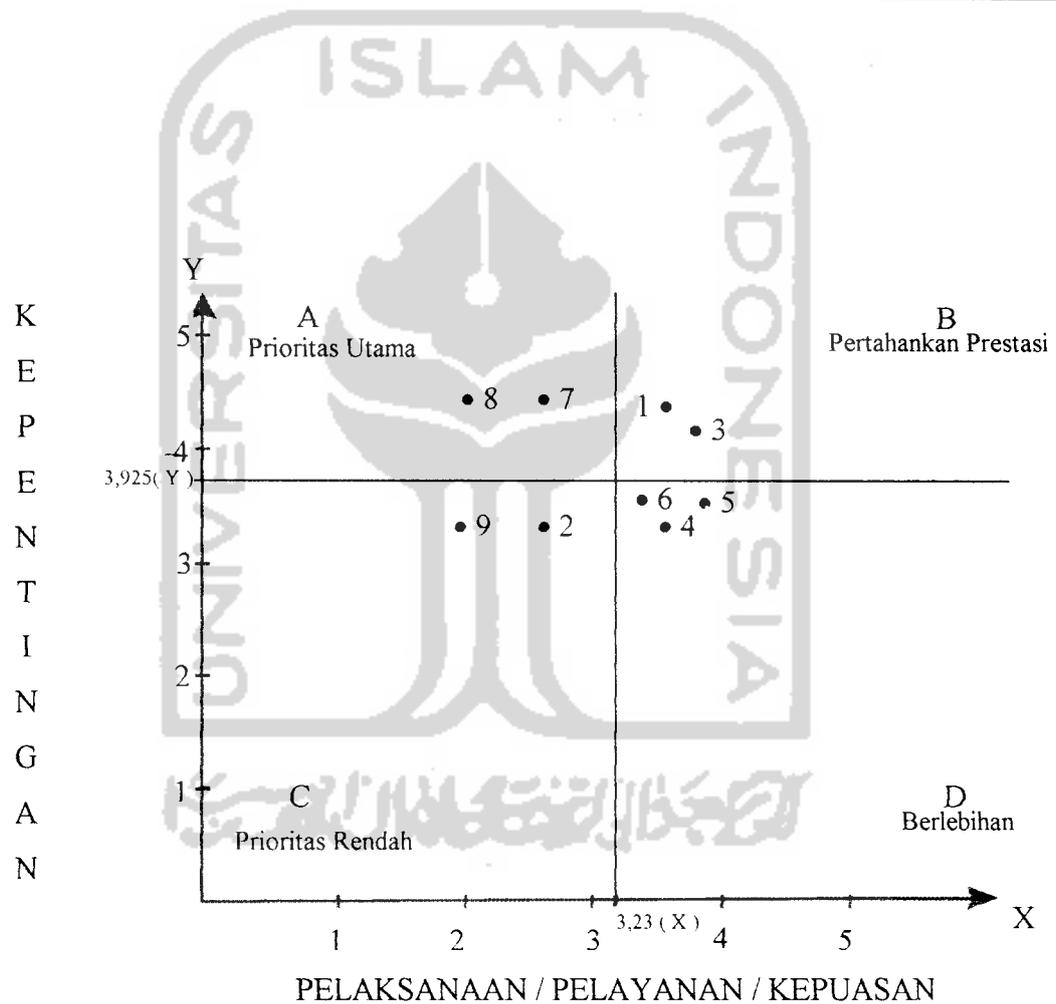
Diagram kartesius untuk tiap atribut dalam satu dimensi

Dimensi tangible

Tabel: 4.16 Rata-rata harapan dan pelayanan dari dimensi tangible

No	Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	HARAPAN (Y)	PELAYANAN (X)
1	Kebersihan dan kerapihan rata-rata ruang kuliah setiap harinya	3.9714286	3.628571
2	Kelengkapan rata-rata ruang kuliah untuk mendukung perkuliahan	3.8714286	3.214286
3	Kondisi / kelengkapan buku di perpustakaan untuk mendukung proses dan hasil belajar	3.9285714	3.485714
4	Kondisi/kelengkapan alat-alat dan fasilitas rata-rata laboratorium di jurusan TI	3.7857143	3.371429
5	Ketepatan rencana kalender akademik dengan pelaksanaannya	3.9142857	3.571429
6	Keakuratan layanan informasi Akademik (UII-LIA)	3.9	3.5
7	Ketepatan pengaturan jadwal kuliah	4.0714286	3.185714

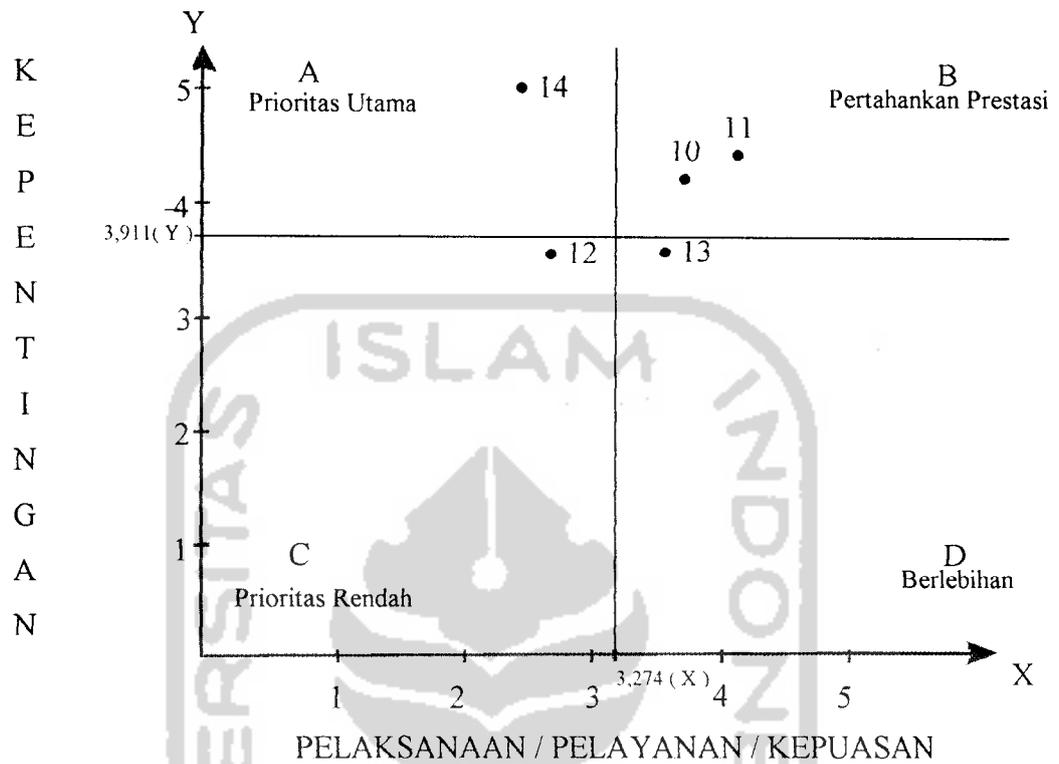
8	Kondisi fasilitas komputer di anjungan	4.0714286	2.085714
9	Kesesuaian buku ajar/buku acuan dosen untuk pembelajaran	3.8142857	3.042857
	Rata-rata	3.9253968	3.231746



Gambar 4.1 Diagram Kartesius Dimensi Tangible

Tabel: 4.17 Rata-rata harapan dan pelayanan dari dimensi reliability

No	Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	HARAPAN (Y)	PELAYANAN (X)
10	Kesiapan rata-rata dosen T.I dalam mengajar	3.9285714	3.442857
11	Keaktifan dan kedisiplinan rata-rata dosen T.I	3.9571429	3.342857
12	Terjalannya Komunikasi antara dosen dan mahasiswa	3.9	3.128571
13	Model/type pemilihan dosen pembimbing untuk KP/TA	3.8428571	3.385714
14	Ketepatan waktu rata-rata dosen T.I dalam memberi nilai	3.9285714	3.071429
	Rata-rata	3.9114286	3.274286

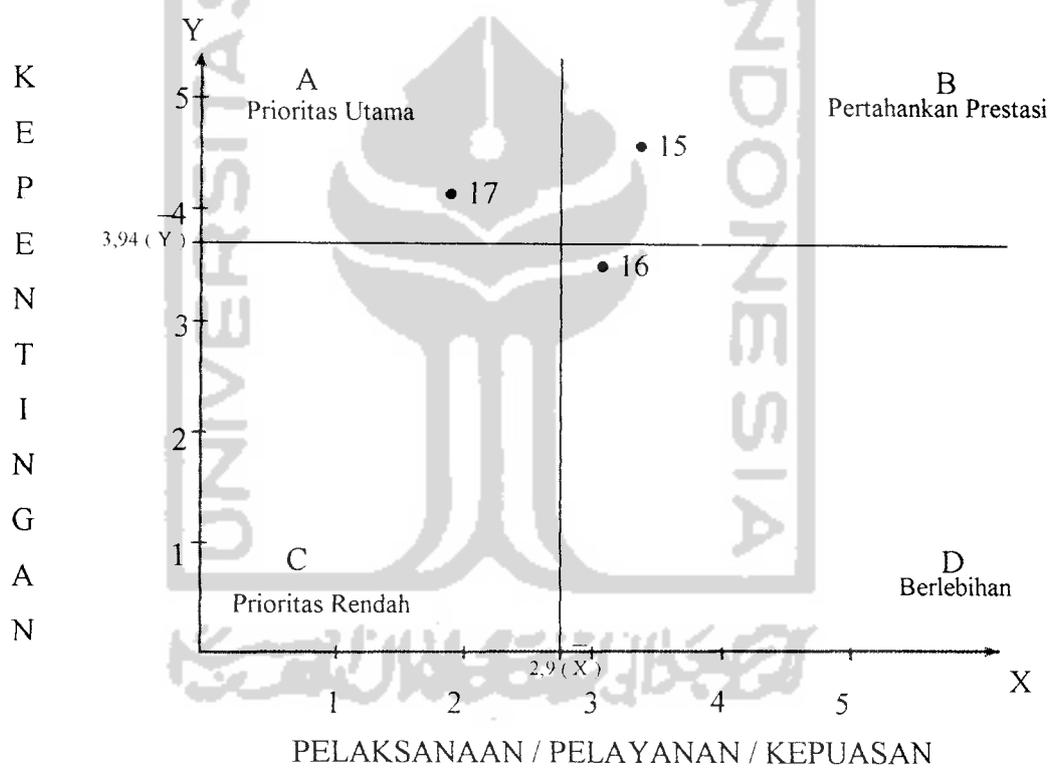


Gambar 4.2 Diagram Kartesius Dimensi Reliability

Tabel: 4.18 Rata-rata harapan dan pelayanan dari dimensi responsiveness

No	Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	HARAPAN (Y)	PELAYANAN (X)
15	Kecepatan pelayanan / kemudahan pelayanan administrasi	4.0285714	3.042857
16	Peranan dosen wali dalam	3.8714286	2.942857

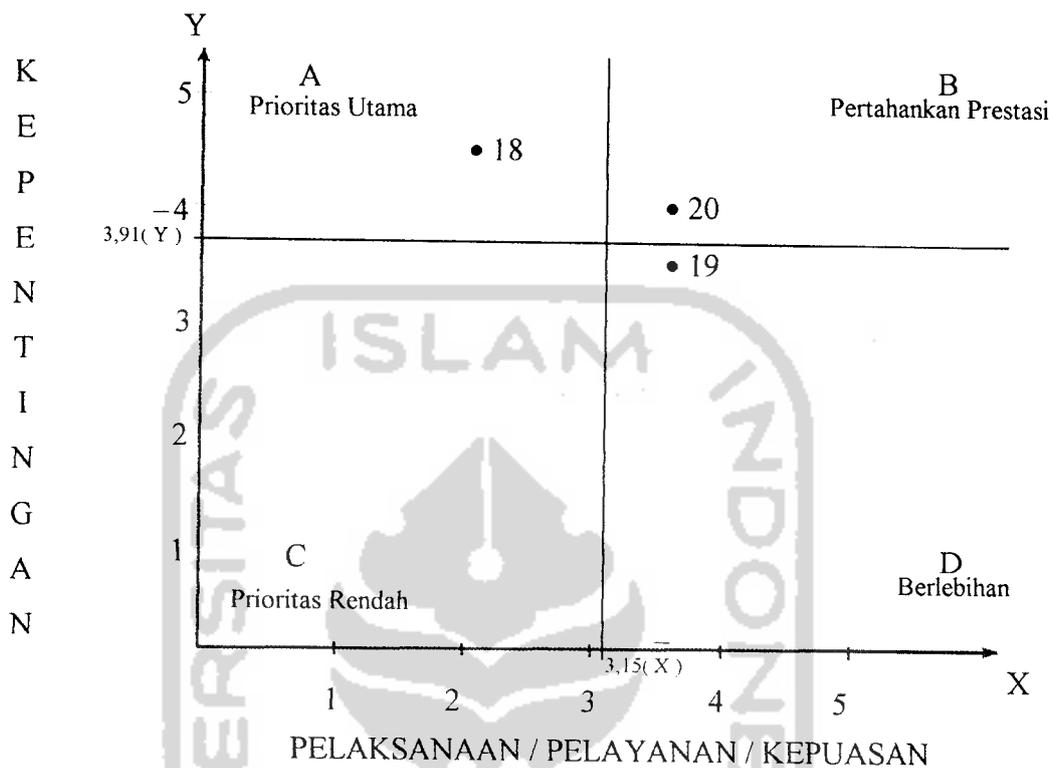
	membantu/membimbing mahasiswa		
17	Kecepatan pihak jurusan dalam menanggapi keluhan mahasiswa		
	Rata-rata	3.9428571	2.714286
		3.947619	2.9



Gambar 4.3 Diagram Kartesius Dimensi Responsiveness

Tabel: 4.19 Rata-rata harapan dan pelayanan dari dimensi assurance

No	Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	HARAPAN (Y)	PELAYANAN (X)
18	Keramahan dosen dan karyawan dalam memberikan pelayanan	3.9285714	3.114286
19	Tersedianya kotak saran untuk memperhatikan keluhan mahasiswa	3.8714286	3.185714
20	Tersedianya informasi/pengumuman-pengumuman non akademik, misalnya informasi beasiswa, workshop, dll	3.9428571	3.157143
	Rata-rata	3.9142857	3.152381

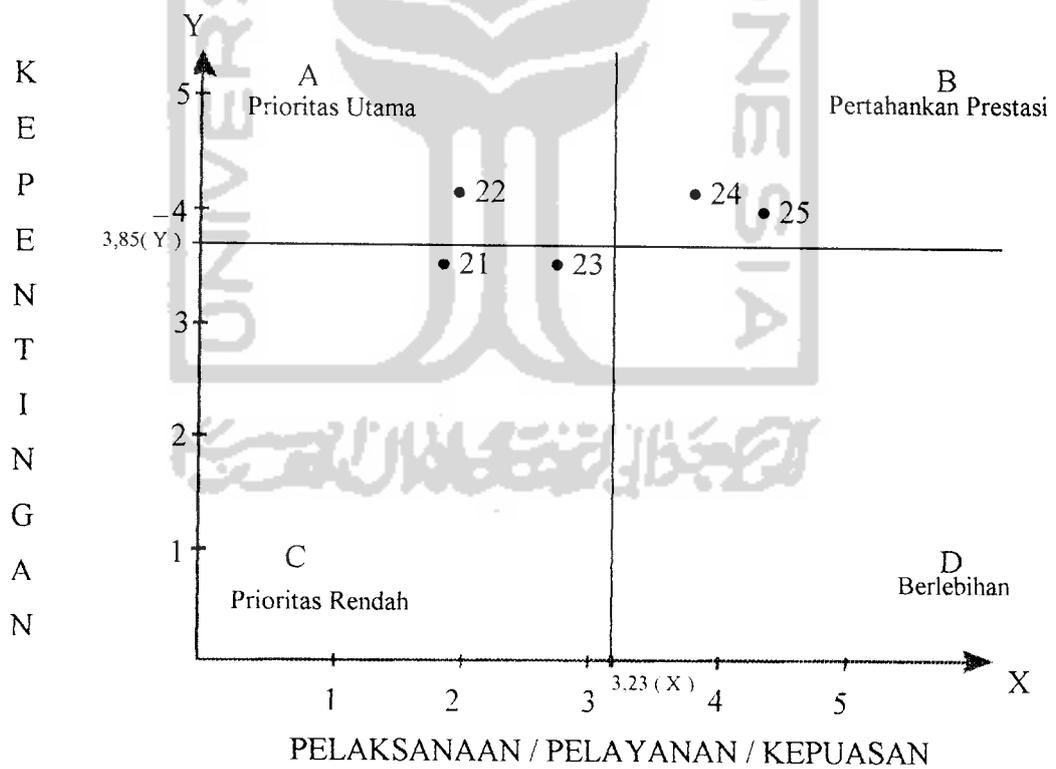


Gambar 4.4 Diagram Kartesius Dimensi Assurance

Tabel: 4.20 Rata-rata harapan dan pelayanan dari dimensi empathy

No	Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	HARAPAN (Y)	PELAYANAN (X)
21	Adanya penghargaan pada kemajuan mahasiswa	3.8	2.885714
22	Adanya penjarangan minat dan bakat mahasiswa	3.8714286	2.8

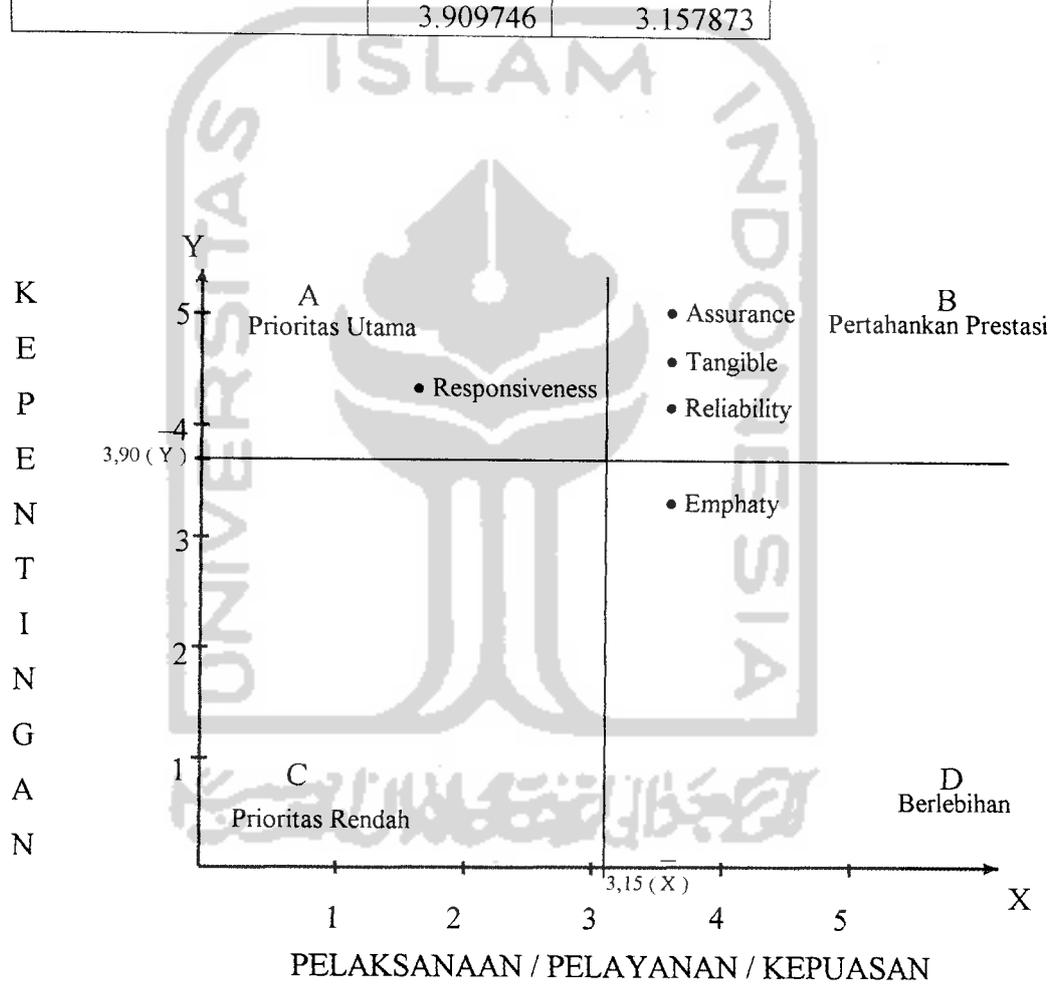
23	Kesesuaian buku panduan akademik untuk dijadikan pedoman	3.7428571	3.2
24	Kondisi dan kebersihan toilet	3.9714286	3.5
25	Kondisi dan kebersihan fasilitas kantin	3.8571429	3.471429
26	Tersedianya fasilitas tempat parkir yang memadai	3.8571429	3.528571
	Rata-rata	3.85	3.230952



Gambar 4.5 Diagram Kartesius Dimensi Emphaty

Tabel: 4.21 Rata-rata harapan dan pelayanan dari dimensi servqual

DIMENSI	HARAPAN Y	PELAYANAN X
TANGIBLE	3.9253968	3.231746
RELIABILITY	3.9114286	3.274286
RESPONSIVENESS	3.947619	2.9
ASSURANCE	3.9142857	3.152381
EMPHATY	3.85	3.230952
Rata-rata	3.909746	3.157873



Gambar 4.6 Diagram Kartesius Dimensi Servqual

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

V.1 Analisis Servqual

Analisis servqual dilakukan dengan melihat kesenjangan yang terjadi antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diterima.

Kesenjangan terjadi bila gap bernilai negatif. Semakin kecil gap/mendekati nilai nol, maka semakin sedikit kesenjangan. Dengan kata lain pelayanan yang diberikan semakin mendekati harapan dari pelanggan. Jika gap bernilai positif, maka tidak ada kesenjangan, hal ini berarti semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Analisis servqual tiap atribut pada masing-masing dimensi

- Dimensi tangible

Hasil penelitian yang dipaparkan pada tabel 4.9 memperlihatkan bahwa nilai gap terbesar pada dimensi tangible terdapat pada atribut ke 8 yaitu kondisi fasilitas komputer di anjungan sebagai media/sarana pembelajaran. Atribut ini memiliki nilai harapan sebesar 4,0714286 dan nilai pelayanan sebesar 2,085714, sehingga gap yang terjadi sebesar -1,98571. Hal ini menunjukkan bahwa pihak manajemen jurusan kurang memperhatikan komputer-komputer yang rusak serta terbatasnya jumlah fasilitas komputer yang dapat menyebabkan adanya antrian sehingga mahasiswa merasa tidak nyaman untuk melakukan aktivitas didalamnya.

Sedang atribut yang memiliki nilai gap terkecil adalah atribut ke 1 dan atribut ke 5. Atribut ke 1 yaitu kebersihan dan kerapian rata-rata ruang kuliah setiap

harinya. Atribut ini memiliki nilai harapan sebesar 3,9714286 dan nilai pelayanan sebesar 3,628571, sehingga gap yang terjadi sebesar -0,34286. Hal ini menunjukkan bahwa pihak manajemen jurusan cukup memperhatikan kebersihan, kerapian, dan keindahan ruang kuliah sehingga memberikan nilai yang positif bagi mahasiswa yang memandangnya. Sedangkan atribut ke 5 yaitu ketepatan rencana akademik dengan pelaksanaannya. Atribut ini memiliki nilai harapan sebesar 3,9142857 dan nilai pelayanan sebesar 3,571429, sehingga gap yang terjadi sebesar -0,34286. hal ini menunjukkan bahwa pihak manajemen jurusan cukup tepat dalam merancang kalender akademik agar sesuai dengan pelaksanaannya sehingga dapat dijadikan pedoman yang tepat oleh mahasiswa dalam kegiatan akademiknya. Urutan-urutan gap terbesar sampai terkecil yaitu: kondisi fasilitas komputer di anjungan (-1,98571), ketepatan pengaturan jadwal kuliah(-0,88571), kesesuaian buku ajar/ buku acuan dosen(-0,77143), kelengkapan rata-rata ruang kuliah(-0,65714), kondisi/kelengkapan buku di perpustakaan (-0,44286), kondisi/kelengkapan alat-alat fasilitas rata-rata laboratorium(-0,41429), keakuratan layanan informasi akademik(-0,4), kebersihan dan kerapian rata-rata ruang kuliah setiap harinya dan ketepatan kalender akademik dengan pelaksanaannya (-0,34286)

- Dimensi Reliability

Hasil penelitian yang dipaparkan pada tabel 4.10 memperlihatkan bahwa nilai gap terbesar pada dimensi reliability terdapat pada atribut ke 14 yaitu ketepatan waktu rata-rata dosen TI dalam memberikan nilai . Atribut ini memiliki nilai harapan sebesar 3,9285714 dan nilai pelayanan sebesar 3,071429, sehingga gap yang terjadi sebesar -0,85714. Hal ini menunjukkan bahwa pihak manajemen jurusan kurang mengontrol batas waktu dosen dalam memberikan nilai sehingga mahasiswa merasa tidak puas karena keterlambatan pemberian nilai yang mempengaruhi jatah pengambilan sks untuk semester berikutnya.

Sedang atribut yang memiliki nilai gap terkecil adalah atribut ke 13 yaitu model/type pemilihan dosen pembimbing untuk KP/TA. Atribut ini memiliki nilai harapan sebesar 3,8428571 dan nilai pelayanan sebesar 3,385714, sehingga gap yang terjadi sebesar -0,45714. Hal ini menunjukkan bahwa pihak manajemen jurusan cukup berhasil dalam menentukan prosedur untuk pemilihan dosen pembimbing KP/TA sehingga mahasiswa merasa cocok dengan model/type untuk memilih dosen pembimbing tersebut. Urutan-urutan gap terbesar sampai terkecil yaitu: ketepatan waktu rata-rata dosen dalam memberikan nilai (-0,85714), terjalannya komunikasi antara dosen dan mahasiswa (-0,77143), keaktifan dan kedisiplinan rata-rata dosen (-0,61429), kesiapan rata-rata dosen dalam mengajar (-0,48571), model/type pemilihan dosen pembimbing KP/TA(-0,45714).

- Dimensi Responsiveness

Hasil penelitian yang dipaparkan pada tabel 4.11 memperlihatkan bahwa nilai gap terbesar pada dimensi responsiveness terdapat pada atribut ke 17 yaitu kecepatan pihak jurusan dalam menanggapi keluhan mahasiswa . Atribut ini memiliki nilai harapan sebesar 3,9428571 dan nilai pelayanan sebesar 2,714286, sehingga gap yang terjadi sebesar -1,22857. Hal ini menunjukkan bahwa pihak manajemen jurusan kurang cepat menanggapi keluhan/ aspirasi dari mahasiswa sehingga menimbulkan ketidakpuasan di kalangan mahasiswa.

Sedang atribut yang memiliki nilai gap terkecil adalah atribut ke 16 yaitu peranan dosen wali dalam membimbing mahasiswa. Atribut ini memiliki nilai harapan sebesar 3,8714286 dan nilai pelayanan sebesar 2,942857, sehingga gap yang terjadi sebesar -0,92857. Hal ini menunjukkan bahwa para dosen wali cukup berperan baik dalam membimbing mahasiswa sehingga mahasiswa merasa puas karena mendapat bimbingan/arahan yang baik dari dosen wali. Urutan-urutan gap terbesar sampai terkecil yaitu: kecepatan pihak jurusan dalam menanggapi keluhan mahasiswa(-1,22857), kecepatan/kemudahan pelayanan administrasi (-0,98571), peranan dosen wali dalam membimbing mahasiswa (-0,92857).

- Dimensi Assurance

Hasil penelitian yang dipaparkan pada tabel 4.12 memperlihatkan bahwa nilai gap terbesar pada dimensi assurance terdapat pada atribut ke 18 yaitu keramahan dosen dan karyawan dalam memberikan pelayanan . Atribut ini memiliki nilai harapan sebesar 3,9285714 dan nilai pelayanan sebesar 3,114286, sehingga gap yang terjadi sebesar -0,81429. Hal ini menunjukkan bahwa pihak manajemen jurusan kurang mengontrol komunikasi antara mahasiswa dengan dosen dan karyawan dalam memberikan pelayanan sehingga mahasiswa merasa tidak nyaman untuk bertanya jika ada penjelasan dosen yang kurang jelas atau kurang nyaman mendapatkan pelayanan administrasi dari karyawan.

Sedang atribut yang memiliki nilai gap terkecil adalah atribut ke 19 yaitu peranan/fungsi kotak saran untuk menampung aspirasi mahasiswa. Atribut ini memiliki nilai harapan sebesar 3,8714286 dan nilai pelayanan sebesar 3,185714, sehingga gap yang terjadi sebesar -0,68571. Hal ini menunjukkan bahwa kotak saran cukup berfungsi dengan baik dalam menampung aspirasi mahasiswa sehingga mahasiswa merasa puas karena adanya sarana untuk menampung respon atas aspirasi mereka. Urutan-urutan gap terbesar sampai terkecil yaitu: keramahan dosen dan karyawan dalam memberikan pelayanan (-0,81429), tersedianya informasi/ pengumuman non akademik (-0,78571), tersedianya kotak saran untuk menampung aspirasi mahasiswa(-0,68571).

- Dimensi Emphaty

Hasil penelitian yang dipaparkan pada tabel 4.13 memperlihatkan bahwa nilai gap terbesar pada dimensi emphaty terdapat pada atribut ke 22 yaitu kemajuan penjangiran minat dan bakat mahasiswa. Atribut ini memiliki nilai harapan sebesar 3,8714286 dan nilai pelayanan sebesar 2,8, sehingga gap yang terjadi sebesar -1,07143. Hal ini menunjukkan bahwa pihak manajemen jurusan kurang memperhatikan divisi-divisi pembinaan minat dan bakat mahasiswa/ Unit-unit kegiatan Mahasiswa (UKM).

Sedang atribut yang memiliki nilai gap terkecil adalah atribut ke 26 yaitu tersedianya fasilitas parkir yang memadai. Atribut ini memiliki nilai harapan sebesar 3,8571429 dan nilai pelayanan sebesar 3,528571, sehingga gap yang terjadi sebesar -0,32857. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah merasa cukup puas karena telah tersedianya fasilitas tempat parkir yang aman dan memadai. Urutan-urutan gap terbesar sampai terkecil yaitu: kemajuan dan pembinaan penjangiran minat dan bakat (-1,07143), penghargaan pada kemajuan mahasiswa

(-0,91429), kesesuaian buku panduan akademik untuk dijadikan panduan (-0,54286), kebersihan toilet(-0,38571), kebersihan dan kenyamanan fasilitas kantin(-0,38571), fasilitas tempat parkir yang memadai (-0,32857).

- Dimensi Servqual

Hasil penelitian yang dipaparkan pada tabel 4.14 memperlihatkan bahwa nilai gap terbesar pada dimensi servqual terdapat pada dimensi responsiveness. Dimensi ini memiliki nilai harapan sebesar 3,947619 dan nilai pelayanan sebesar 2,9, sehingga gap yang terjadi sebesar -1,04761905. Hal ini menunjukkan bahwa pihak manajemen jurusan kurang cepat tanggap dalam memberikan pelayanan atau membantu mahasiswa.

Sedang dimensi yang memiliki nilai gap terkecil adalah dimensi emphaty. Dimensi ini memiliki nilai harapan sebesar 3,85 dan nilai pelayanan sebesar 3,230952, sehingga gap yang terjadi sebesar -0,61904762. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah merasa diperhatikan terhadap kepentingan-kepentingan mahasiswa. Urutan-urutan gap terbesar sampai terkecil yaitu: responsiveness (-1,04761905), assurance(-0,76190476), Tangible(-0,69365079), reliability (-0,63714286), emphaty(-0,61904762).

Analisis pada masing-masing dimensi

- Nilai Harapan

Hasil penelitian yang dipaparkan pada tabel 4.15 memperlihatkan bahwa nilai harapan terbesar terdapat pada dimensi responsiveness yaitu sebesar 3.947619, sedangkan nilai harapan terkecil terdapat pada dimensi empathy yaitu sebesar 3,85. Rata-rata nilai harapan tiap dimensi adalah sebesar 3.909746. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden lebih menaruh harapan pada dimensi responsiveness dibandingkan dengan dimensi-dimensi yang lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa daya tanggap/ respon dalam memberikan pelayanan harus lebih diprioritaskan. Urutan dimensi harapan terbesar-terkecil yaitu: Responsiveness(3,947619), Tangible(3,9253968), Assurance(3,9142857), Reliability(3,9114286), Emphaty(3,85).

- Nilai pelayanan

Hasil penelitian yang dipaparkan pada tabel 4.15 memperlihatkan bahwa nilai pelayanan terbesar terdapat pada dimensi reliability yaitu sebesar 3.274286, sedangkan nilai pelayanan terendah terdapat pada dimensi responsiveness yaitu sebesar 2,9. Rata-rata nilai pelayanan tiap dimensi adalah sebesar 3.157873. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden menilai pelaksanaan pelayanan pada dimensi reliability lebih memuaskan dibandingkan dimensi-dimensi yang lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa pihak jurusan lebih mengutamakan kemampuan melaksanakan pelayanan yang tepat dan terpercaya. Urutan dimensi pelayanan terbesar-terkecil yaitu: Reliability(3,274276), Tangible(3,231746), Emphaty(3,230952), Assurance(3,152381), Responsivesness(2,9).

- Nilai Gap

Hasil penelitian yang dipaparkan pada tabel 4.15 memperlihatkan bahwa nilai gap terbesar terdapat pada dimensi responsiveness yaitu sebesar -1,04761905 sedangkan nilai gap terkecil terdapat pada dimensi empathy yaitu sebesar -0,61904762. Rata-rata nilai gap tiap dimensi adalah sebesar 0,807916. Hal ini menunjukkan rata-rata responden merasakan tingkat kesenjangan yang lebih tinggi pada dimensi responsiveness dibandingkan dimensi-dimensi yang lainnya. Urutan-urutan gap terbesar-terkecil yaitu: responsiveness(-1,04761905), assurance(-0,76190476), Tangible(-0,69365079), reliability (-0,63714286), empathy(-0,61904762).

V.2 Pembahasan analisis servqual

Pada tabel 4.15 ditunjukkan bahwa nilai harapan terbesar terdapat pada dimensi responsiveness. Hal ini menunjukkan bahwa faktor yang paling diharapkan untuk diperhatikan adalah faktor kecepatan/ketanggapan dalam memberikan pelayanan. Sedangkan nilai pelayanan terbesar terdapat pada dimensi reliability. Hal ini menunjukkan bahwa bahwa rata-rata responden menilai pelaksanaan pelayanan pada dimensi reliability lebih memuaskan dibandingkan dimensi-dimensi yang lainnya.

Namun nilai gap terkecil terdapat pada dimensi empathy, artinya walaupun nilai pelayanan untuk dimensi reliability adalah yang terbesar, namun belum dapat untuk mengimbangi harapan mahasiswa yang jauh lebih besar, sedangkan pelaksanaan pelayanan pada dimensi empathy walaupun memiliki nilai pelayanan yang lebih kecil dari dimensi reliability, namun dimensi ini dapat mengimbangi

harapan mahasiswa. Dimensi yang memiliki nilai gap terbesar adalah dimensi responsiveness, sehingga menjadi bahan pertimbangan bagi pihak manajemen jurusan untuk dilakukan perbaikan.

V.3 Analisis kualitas

Menunjukkan besarnya tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

- Hasil penelitian

Hasil penelitian yang dipaparkan pada tabel 4.15 memperlihatkan bahwa nilai kualitas terbesar terdapat pada dimensi empathy yaitu sebesar 0.839208411, sedangkan nilai kualitas terkecil terdapat pada dimensi responsiveness yaitu sebesar 0.734620024. Nilai rata-rata kualitas tiap dimensi adalah sebesar 0,807916. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi empathy dianggap paling memuaskan oleh rata-rata responden. Urutan kualitas terbesar-terkecil: Empathy (0.839208411), Reliability(0.837107378), Tangible(0.823291549), Assurance(0.805352798), Responsiveness(0.734620024).

V.4 Pembahasan analisis kualitas

Kualitas merupakan perbandingan antara nilai harapan dan pelayanan. Dari hasil penelitian ditunjukkan bahwa kualitas masing-masing dimensi hampir berimbang. Walaupun nilai kualitas semua dimensi berada di bawah nilai 1, namun kualitasnya cukup baik. Hal ini ditunjukkan rata-rata nilai kualitas yang

mendekati nilai 1. Hanya memang perlu dilakukan usaha-usaha perbaikan yang lebih terarah dari pihak manajemen jurusan agar mutu pelayanan semakin baik.

V.5 Analisis Diagram Kartesius

Hasil pengukuran unsur-unsur jasa ini berdasarkan penilaian tingkat kepentingan dan pelayanannya yang memungkinkan pihak manajemen untuk dapat memprioritaskan usaha-usaha perbaikan untuk hal-hal atau atribut yang benar-benar dianggap penting saja oleh para pelanggan/mahasiswa, agar dapat memuaskan. Untuk memperoleh titik-titik pada diagram kartesius, sebelumnya telah dilakukan perhitungan terlebih dahulu nilai rata-rata pelayanan dan harapan (X,Y) dan nilai rata-rata dari rata-rata pelayanan dan harapan (X,Y).

V.6 Analisis dan pembahasan diagram kartesius tiap atribut pada masing-masing dimensi

Dari diagram kartesius terlihat bahwa letak dari unsur-unsur pelaksanaan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan/mahasiswa Jurusan Teknik Industri terbagi menjadi empat bagian. Adapun interpretasi dari diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Dimensi Tangible

1. Kuadran A

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Ketepatan pengaturan jadwal kuliah (= 7).
- Kondisi dan jumlah fasilitas komputer sebagai sarana/media pembelajaran (= 8).

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang menjadi prioritas utama bagi pihak manajemen jurusan untuk dilakukan perbaikan. Keberadaan atribut-atribut ini dianggap paling mempengaruhi kepuasan mahasiswa dalam dimensi tangible, ketepatan pengaturan jadwal kuliah sangat berpengaruh terhadap konsentrasi mahasiswa dalam melaksanakan kegiatan perkuliahan, misalnya bila ada mahasiswa yang mengambil kuliah pada jam I (yaitu pada jam 07.00-09.30) dan pada jam ke II (yaitu pada jam 09.30-12.00) karena tidak terdapat selang waktu antara jam I dan II maka hal inilah yang dapat mempengaruhi konsentrasi mahasiswa untuk melaksanakan kuliah pada jam berikutnya. Sedangkan fasilitas komputer sangat berpengaruh terhadap kenyamanan mahasiswa dalam melakukan aktivitas didalamnya. Misalnya pada saat melakukan key in RAS atau bila ingin menggunakan fasilitas internet, bila terdapat komputer yang rusak sehingga tidak dapat digunakan maka hal ini dapat menyebabkan adanya antrian karena keterbatasan jumlah fasilitas komputer yang dapat digunakan. Pada daerah kuadran A ini pelaksanaan pelayanannya dinilai belum memuaskan sehingga perlu dikaji kembali dan kemudian diambil langkah-langkah perbaikan.

Dalam hal ini pembahasan akan diprioritaskan hanya untuk atribut-atribut yang berada di daerah kuadran A sebagai prioritas utama untuk melakukan perbaikan-perbaikan bagi peningkatan kualitas pelayanan. Adapun jika terdapat lebih dari 1 atribut yang berada di daerah kuadran A, maka pembahasan hanya mengambil satu atribut yang memiliki nilai gap terbesar. Atribut yang akan dibahas pada dimensi tangible ini adalah kondisi/jumlah fasilitas komputer sebagai sarana/media pembelajaran.

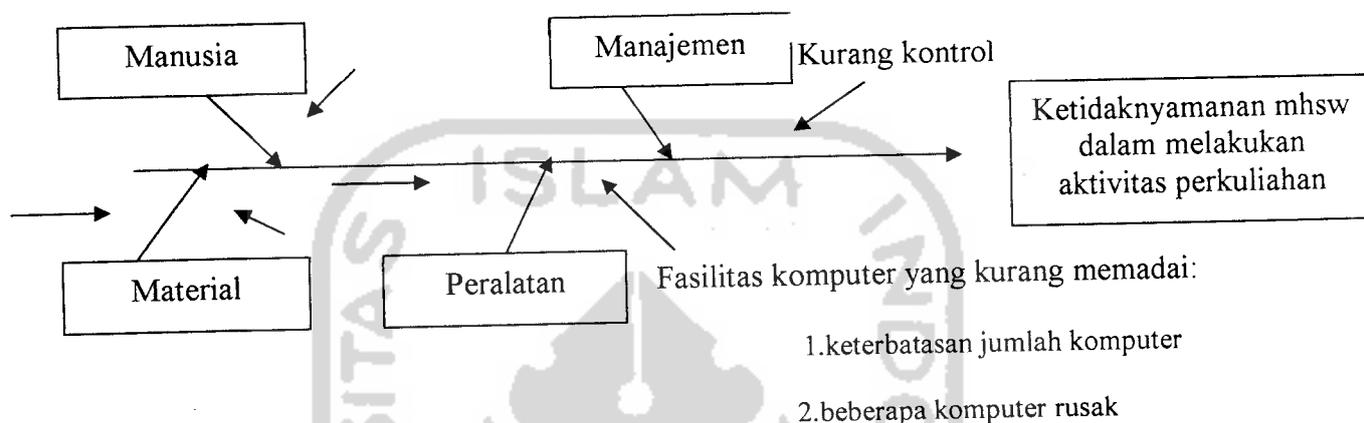
Analisis

Dunia informasi dan teknologi berkembang sangat cepat dan merambah ke semua sektor kehidupan. Dunia pendidikan yang berperan mencetak manusia yang menguasai teknologi mau tidak mau terkena imbas yang sama yaitu tersentuh teknologi. Pendidikan yang identik dengan sekolah dan lembaga formal memanfaatkan perkembangan teknologi dengan cara menyediakan sarana dan prasarana demi tercapainya suasana belajar yang kondusif.

Berdasarkan interpretasi dari diagram kartesius, maka terdapat hal-hal yang harus diperhatikan yaitu:

- Pihak perwakilan mahasiswa perlu memberikan usul kepada pihak manajemen untuk melakukan kontrol terhadap komputer-komputer yang rusak dan mengganti komputer-komputer yang rusak tersebut dengan komputer-komputer yang baru agar dapat mengikuti perkembangan teknologi.
- Pihak perwakilan mahasiswa perlu memberikan usul kepada pihak manajemen untuk menambah jumlah fasilitas komputer yang dapat digunakan oleh mahasiswa sebagai media atau sarana belajar.

Berikut penggambaran masalah dan penyebabnya melalui diagram sebab akibat atau diagram tulang ikan:



Gambar 5.1 diagram sebab akibat dimensi tangible

2. Kuadran B

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran B ini adalah:

- Kebersihan dan kerapihan rata-rata ruang kuliah setiap harinya (=1).
- Kondisi / kelengkapan buku di perpustakaan untuk mendukung proses dan hasil belajar (=3).

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang berada dalam kuadran ini perlu dipertahankan prestasinya, karena pada umumnya tingkat pelaksanaan telah sesuai dengan kepentingan dan harapan pelanggan/mahasiswa, sehingga dianggap paling memuaskan pelanggan/mahasiswa dan termasuk faktor yang berhasil dilaksanakan oleh pihak manajemen jurusan. Faktor kebersihan dan kerapihan

sangat berpengaruh terhadap kenyamanan mahasiswa dalam perkuliahan karena kebersihan merupakan faktor yang termasuk dapat dirasakan dan dapat dilihat langsung oleh pelanggan dan termasuk salah satu faktor yang sering dinilai oleh pelanggan. Untuk menjaga tingkat kebersihan dan kerapian, maka diperlukan adanya perawatan sebelum dan sesudah jam perkuliahan. Kerapian juga tidak dapat diabaikan pula, karena akan mencerminkan citra atau image suatu instansi di mata pelanggannya. Sedangkan kondisi perpustakaan juga dapat mempengaruhi kenyamanan mahasiswa untuk melakukan aktivitas didalamnya, sedangkan kelengkapan buku di perpustakaan dapat mendukung proses belajar mahasiswa.

3. Kuadran C

Adapun faktor yang termasuk di dalam kuadran C adalah:

- Kelengkapan rata-rata ruang kuliah untuk mendukung perkuliahan (=2).
- Kesesuaian buku ajar/buku acuan dosen untuk pembelajaran (=9).

Menunjukkan faktor-faktor yang berada dalam kuadran ini menjadi prioritas rendah karena masih dianggap kurang dibutuhkan bagi pelanggan/mahasiswa, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja. Dalam hal ini kelengkapan ruang kuliah dan kesesuaian buku acuan dosen berpengaruh untuk mendukung proses perkuliahan/pembelajaran mahasiswa.

4. Kuadran D

Faktor-faktor yang termasuk di dalam kuadran D adalah:

- Kondisi/kelengkapan alat-alat dan fasilitas rata-rata laboratorium di jurusan TI (=4).
- Ketepatan rencana kalender akademik dengan pelaksanaannya (=5).
- Keakuratan layanan informasi Akademik (UII-LIA) (=6).

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena pelanggan/mahasiswa menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh pihak manajemen jurusan, sehingga sangat memuaskan mahasiswa. Ketiga faktor tersebut mempengaruhi dalam mendukung kegiatan perkuliahan/ proses pembelajaran.

• Dimensi Reliability

1. Kuadran A

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Ketepatan waktu rata-rata dosen T.I dalam memberi nilai (=14).

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang menjadi prioritas utama bagi pihak manajemen jurusan untuk dilakukan perbaikan. Keberadaan atribut-atribut ini dianggap paling mempengaruhi kepuasan mahasiswa dalam dimensi reliability, ketepatan waktu dosen dalam memberikan nilai sangat berpengaruh terhadap hasil index prestasi belajar mahasiswa dan jatah pengambilan sks semester berikutnya.

Pada daerah kuadran A ini pelaksanaan pelayanannya dinilai belum memuaskan sehingga perlu dikaji kembali dan kemudian diambil langkah-langkah perbaikan.

Dalam hal ini pembahasan akan diprioritaskan hanya untuk atribut-atribut yang berada di daerah kuadran A sebagai prioritas utama untuk melakukan perbaikan-perbaikan bagi peningkatan kualitas pelayanan. Atribut yang akan dibahas pada dimensi reliability ini adalah ketepatan waktu rata-rata dosen TI dalam memberikan nilai.

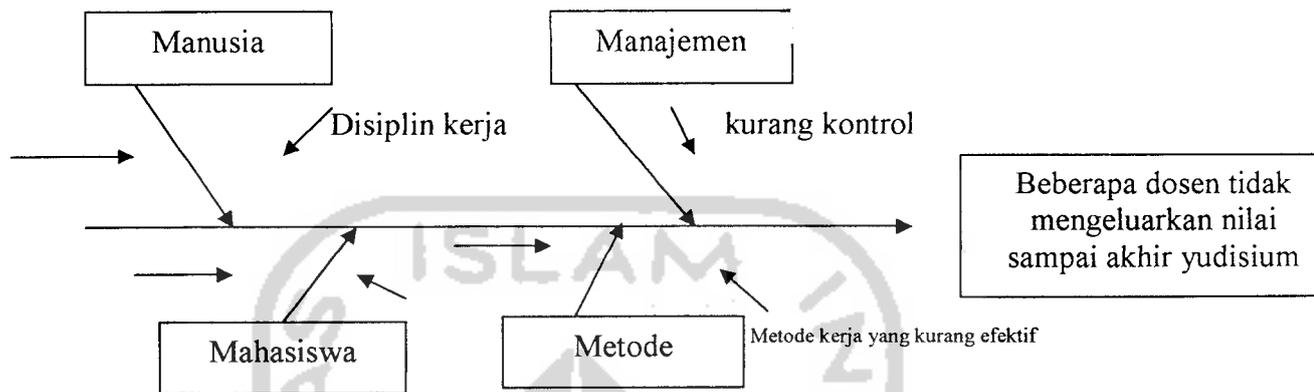
Analisis

Kedisiplinan merupakan faktor penting bagi individu maupun suatu instansi untuk meraih kesuksesan. Permasalahan utama dalam hal ini adalah rata-rata dosen TI memberikan nilai tidak tepat pada waktunya. Dari munculnya masalah ini dapat kita ambil kesimpulan bahwa sebenarnya mahasiswa mengharapkan adanya ketepatan waktu rata-rata dosen dalam memberikan nilai karena akan berpengaruh terhadap hasil indeks prestasi belajar dan jatah untuk pengambilan sks semester berikutnya.

Berdasarkan interpretasi dari diagram kartesius, maka terdapat hal-hal yang harus diperhatikan yaitu:

- Pihak perwakilan mahasiswa perlu memberikan usul kepada pihak manajemen jurusan untuk melakukan kontrol terhadap batas waktu dosen dalam memberikan nilai kepada mahasiswa.

Berikut penggambaran masalah dan penyebabnya melalui diagram sebab akibat atau diagram tulang ikan:



Gambar 5.2 diagram sebab akibat dimensi reliability

2. Kuadran B

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran B ini adalah:

- Kesiapan rata-rata dosen T.I dalam mengajar (=10).
- Keaktifan dan kedisiplinan rata-rata dosen T.I (=11).

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut berada dalam kuadran ini perlu dipertahankan prestasinya, karena pada umumnya tingkat pelaksanaan telah sesuai dengan kepentingan dan harapan pelanggan/mahasiswa, sehingga dianggap paling memuaskan pelanggan/mahasiswa dan termasuk faktor yang berhasil dilaksanakan oleh pihak manajemen jurusan. Kedua faktor tersebut sangat berpengaruh terhadap proses belajar dan mengajar di kelas.

3. Kuadran C

Adapun faktor yang termasuk di dalam kuadran C adalah:

- Terjalannya komunikasi yang efektif antara dosen dan mahasiswa (=12).

Menunjukkan faktor-faktor yang berada dalam kuadran ini menjadi prioritas rendah karena dinilai masih dianggap kurang dibutuhkan bagi pelanggan/mahasiswa, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja. Keberadaan atribut ini cukup berpengaruh pada komunikasi yang memudahkan mahasiswa untuk menanyakan penjelasan dosen yang kurang mereka pahami.

4. Kuadran D

Faktor-faktor yang termasuk di dalam kuadran D adalah:

- Model/type pemilihan dosen pembimbing untuk KP/TA (=13).

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena pelanggan/mahasiswa menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh pihak manajemen jurusan, sehingga sangat memuaskan mahasiswa. Keberadaan atribut ini cukup berpengaruh terhadap mahasiswa untuk memperoleh kejelasan dalam pemilihan dosen pembimbing.

- Dimensi Responsiveness

1. Kuadran A

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Kecepatan pihak jurusan dalam menanggapi keluhan mahasiswa (=17).

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang menjadi prioritas utama bagi pihak manajemen jurusan untuk dilakukan perbaikan. Keberadaan atribut-atribut ini dianggap paling mempengaruhi kepuasan mahasiswa dalam dimensi responsiveness, kecepatan pihak jurusan dalam menanggapi keluhan atau aspirasi mahasiswa sangat berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, mahasiswa akan merasa puas bila aspirasinya cepat ditanggapi/direspon oleh pihak jurusan. Pada daerah kuadran A ini pelaksanaan pelayanannya dinilai belum memuaskan sehingga perlu dikaji kembali dan kemudian diambil langkah-langkah perbaikan.

Dalam hal ini pembahasan akan diprioritaskan hanya untuk atribut-atribut yang berada di daerah kuadran A sebagai prioritas utama untuk melakukan perbaikan-perbaikan bagi peningkatan kualitas pelayanan. Atribut yang akan dibahas pada dimensi responsiveness ini adalah kecepatan pihak jurusan dalam menanggapi keluhan/kritik/saran/aspirasi mahasiswa.

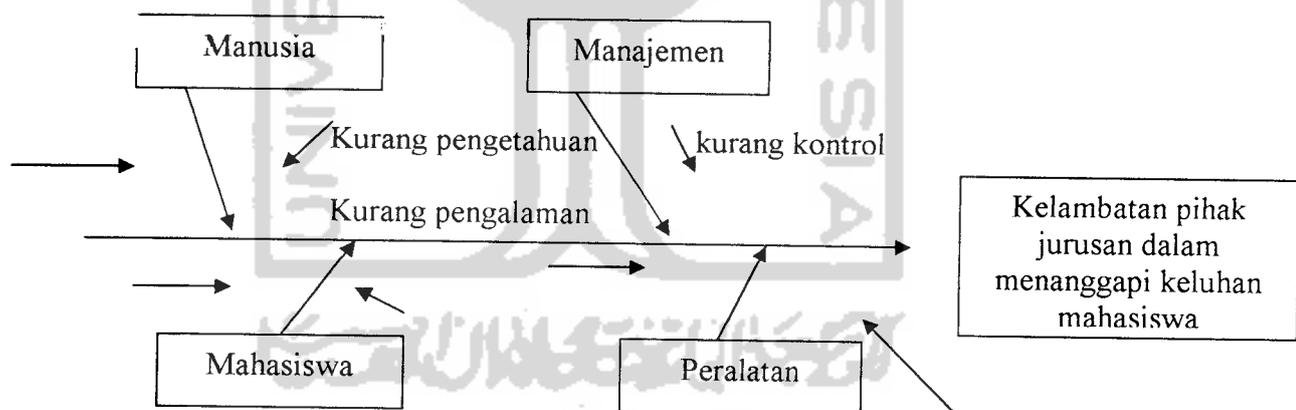
Analisis

Ketanggapan merupakan salah satu faktor untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Permasalahan utama dalam hal ini adalah lambatnya pihak jurusan dalam menanggapi keluhan atau aspirasi mahasiswa. Dari munculnya masalah ini

dapat kita ambil kesimpulan bahwa sebenarnya mahasiswa mengharapkan kecepatan pihak jurusan untuk menanggapi keluhan atau aspirasi dari mahasiswa. Berdasarkan interpretasi dari diagram kartesius, maka terdapat hal-hal yang harus diperhatikan yaitu:

- Pihak perwakilan mahasiswa perlu memberikan kritik kepada pihak manajemen jurusan untuk dapat lebih cepat tanggap dalam menanggapi keluhan atau aspirasi mahasiswa.
- Pihak perwakilan mahasiswa perlu memberikan kritik kepada pihak manajemen agar ada kontrol yang baik untuk menangani hal tersebut.

Berikut penggambaran masalah dan penyebabnya melalui diagram sebab akibat atau diagram tulang ikan:



Gambar 5.3 diagram sebab akibat dimensi responsiveness

2. Kuadran B

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran B ini adalah:

- Kecepatan pelayanan / kemudahan pelayanan administrasi (=15).

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang berada dalam kuadran ini perlu dipertahankan prestasinya, karena pada umumnya tingkat pelaksanaan telah sesuai dengan kepentingan dan harapan pelanggan/mahasiswa, sehingga dapat memuaskan pelanggan/mahasiswa. Keberadaan atribut ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan dan kenyamanan mahasiswa dalam mendapatkan pelayanan.

3. Kuadran C

Menunjukkan faktor-faktor yang berada dalam kuadran ini menjadi prioritas rendah karena dinilai masih dianggap kurang penting bagi pelanggan/mahasiswa, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja. Dalam hal ini, tidak terdapat faktor-faktor yang termasuk di dalam kriteria ini.

4. Kuadran D

Faktor-faktor yang termasuk di dalam kuadran D adalah:

- Peranan dosen wali dalam membantu/membimbing mahasiswa (=16).

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena pelanggan/mahasiswa menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh pihak manajemen jurusan, sehingga sangat memuaskan mahasiswa. Peranan dosen wali ini cukup berpengaruh dalam membantu/membimbing mahasiswa untuk memberikan arahan-arahan dalam kegiatan keakademikan.

- Dimensi Assurance

1. Kuadran A

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Keramahan dosen dan karyawan dalam memberikan pelayanan (=18).

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang menjadi prioritas utama bagi pihak manajemen jurusan untuk dilakukan perbaikan. Keberadaan atribut-atribut ini dianggap paling mempengaruhi kepuasan mahasiswa dalam dimensi assurance, keramahan dosen dan karyawan ini sangat berpengaruh terhadap komunikasi antara mahasiswa dengan dosen atau karyawan. Pada daerah kuadran A ini pelaksanaan pelayanannya dinilai belum memuaskan sehingga perlu dikaji kembali dan kemudian diambil langkah-langkah perbaikan.

Dalam hal ini pembahasan akan prioritaskan hanya untuk atribut-atribut yang berada di daerah kuadran A sebagai prioritas utama untuk melakukan perbaikan-perbaikan bagi peningkatan kualitas pelayanan. Atribut yang akan dibahas pada dimensi assurance ini adalah keramahan dosen dan karyawan dalam memberikan pelayanan.

Analisis

Komunikasi bisa diartikan bagaimana cara seseorang dalam mengungkapkan apa yang dirasakannya kepada orang lain. Komunikasi efektif merupakan salah satu faktor untuk mendukung peningkatan kinerja suatu organisasi. Komunikasi efektif dan tingkat kinerja berhubungan secara positif dan signifikan. Memperbaiki komunikasi berarti memperbaiki kinerja suatu organisasi. Argumentasi ini didasari oleh sebuah logika bahwa semua pekerjaan didalam suatu organisasi atau

instansi pada kenyataannya saling berhubungan. Kurang baiknya kinerja sebuah divisi akan berpengaruh negatif pada divisi yang lain serta instansi itu sendiri. Komunikasi meningkatkan keharmonisan kerja dalam suatu instansi. Sebaliknya apabila komunikasi tidak efektif maka koordinasi akan terganggu. Akibatnya adalah disharmonisasi yang akan mengganggu proses pencapaian target dan tujuan suatu organisasi atau instansi tersebut.

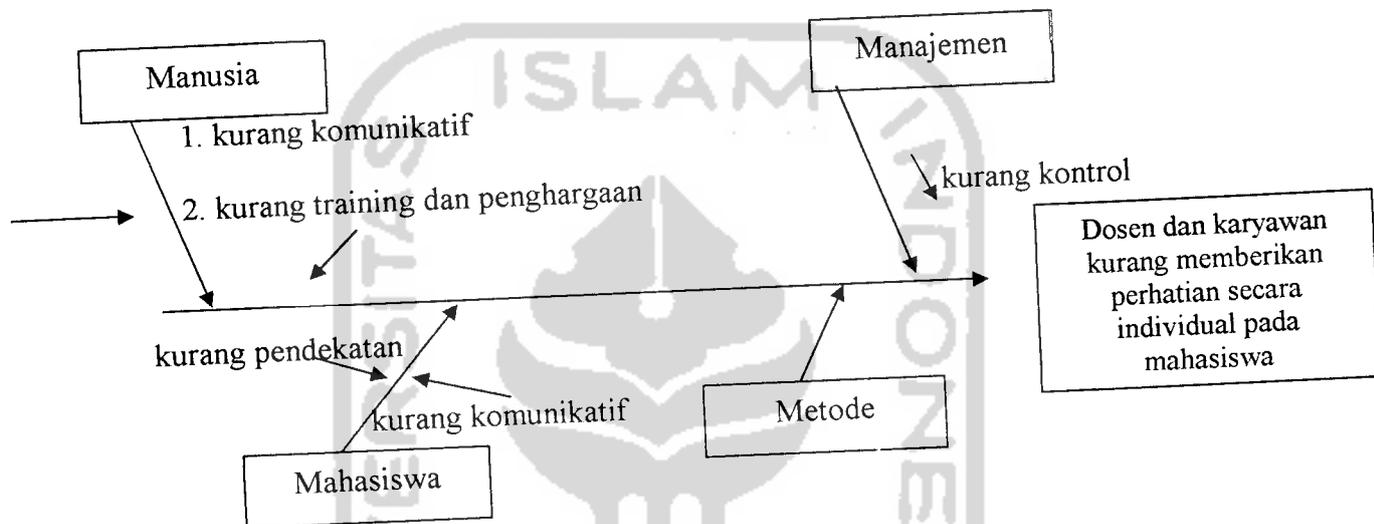
Permasalahan utama dari dimensi assurance adalah keramahan dosen dan karyawan dalam memberikan pelayanan. Dari permasalahan utama ini memberikan informasi bahwa layanan yang ramah dari dosen dan karyawan sangat diharapkan oleh mahasiswa. Sehingga mahasiswa dapat memperoleh kemudahan dan kelancaran dalam memperoleh ilmu pengetahuan, informasi maupun pelayanan yang bersifat administratif.

Berdasarkan interpretasi dari diagram kartesius, maka terdapat hal-hal yang harus diperhatikan yaitu:

- Mahasiswa, dosen dan karyawan harus dapat lebih komunikatif.
- Mahasiswa perlu mengadakan pendekatan personal yang baik.
- Pihak perwakilan mahasiswa perlu mengusulkan kepada pihak manajemen untuk melakukan training kepada karyawan dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa
- Pihak perwakilan mahasiswa perlu mengusulkan kepada pihak manajemen untuk memberikan penghargaan kepada karyawan yang berprestasi agar mereka lebih termotivasi untuk bekerja sehingga dapat meningkatkan mutu pelayanan.

- Pihak mahasiswa perlu mengusulkan untuk membentuk forum komunikatif antar mahasiswa dan pihak manajemen yang terkait.

Berikut penggambaran masalah dan penyebabnya melalui diagram sebab akibat atau diagram tulang ikan:



Gambar 5.4 Diagram sebab akibat dimensi assurance

2. Kuadran B

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran B ini adalah:

- Tersedianya informasi/pengumuman-pengumuman non akademik, misalnya informasi beasiswa, workshop, dll (=20).

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang berada dalam kuadran ini perlu dipertahankan prestasinya, karena pada umumnya tingkat pelaksanaan telah sesuai dengan kepentingan dan harapan pelanggan/mahasiswa, sehingga dapat memuaskan pelanggan/mahasiswa. Keberadaan atribut ini sangat berpengaruh terhadap informasi-informasi penting yang dapat meningkatkan pengetahuan dan memberikan peluang kepada mahasiswa untuk mendapatkan beasiswa.

3. Kuadran C

Menunjukkan faktor-faktor berada dalam kuadran ini menjadi prioritas rendah karena dinilai masih dianggap kurang penting bagi pelanggan/mahasiswa, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja. Dalam hal ini, tidak terdapat faktor-faktor yang termasuk di dalam kriteria ini.

4. Kuadran D

Faktor-faktor yang termasuk di dalam kuadran D adalah:

- Tersedianya kotak saran untuk memperhatikan keluhan mahasiswa (=19).

Menunjukkan bahwa faktor-faktor berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena pelanggan/mahasiswa menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh pihak manajemen jurusan, sehingga sangat memuaskan. Keberadaan atribut ini cukup berpengaruh sebagai sarana untuk memperhatikan aspirasi dari mahasiswa.

- Dimensi Emphaty

1. Kuadran A

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Kemajuan/pembinaan penjangkaran minat dan bakat mahasiswa (=22).

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang menjadi prioritas utama bagi pihak manajemen jurusan untuk dilakukan perbaikan. Keberadaan atribut-atribut ini dianggap paling mempengaruhi kepuasan mahasiswa dalam dimensi emphaty, pembinaan minat dan bakat ini sangat berpengaruh untuk mengenali minat dan bakat dari mahasiswa dan untuk mewujudkan potensi yang

sepenuhnya dari bakat tersebut. Pada daerah kuadran A ini pelaksanaan pelayanannya dinilai belum memuaskan sehingga perlu dikaji kembali dan kemudian diambil langkah-langkah perbaikan. Dalam hal ini pembahasan akan diprioritaskan hanya untuk atribut-atribut yang berada di daerah kuadran A sebagai prioritas utama untuk melakukan perbaikan-perbaikan bagi peningkatan kualitas pelayanan. Atribut yang akan dibahas pada dimensi *emphaty* ini adalah kemajuan pembinaan minat dan bakat mahasiswa.

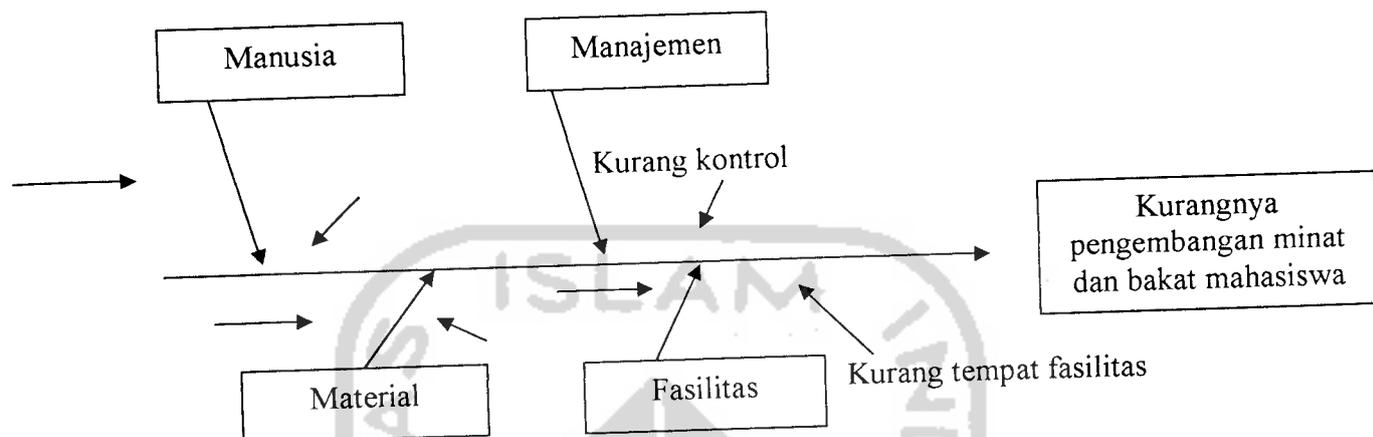
Analisis

Pembinaan minat dan bakat bertujuan untuk mengasah pikiran dan mewujudkan potensi yang sepenuhnya. Unit kegiatan mahasiswa(UKM) adalah wadah aktivitas kemahasiswaan untuk mengembangkan minat, bakat dan keahlian tertentu bagi para aktivis yang ada didalamnya. Unit ini terdiri dari unit-unit kegiatan olahraga, unit kegiatan kesenian, dan unit-unit khusus seperti menwa, pers, koperasi, dan kerohanian.

Berdasarkan interpretasi dari diagram kartesius, maka terdapat hal-hal yang harus diperhatikan yaitu:

- Pihak perwakilan mahasiswa perlu mengadakan pendekatan kepada pihak manajemen untuk melakukan kontrol terhadap divisi-divisi pembinaan minat dan bakat mahasiswa.
- Pihak perwakilan mahasiswa perlu memberikan usulan kepada pihak manajemen untuk menambah tempat-tempat fasilitas unit-unit olahraga, kesenian, kerohanian, dsb.

Berikut penggambaran masalah dan penyebabnya melalui diagram sebab akibat atau diagram tulang ikan:



Gambar 5.5 diagram sebab akibat dimensi empathy

2. Kuadran B

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran B ini adalah:

- Kondisi dan kebersihan toilet (=24).
- Kondisi dan kebersihan fasilitas kantin (=25).

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang berada dalam kuadran ini perlu dipertahankan prestasinya, karena pada umumnya tingkat pelaksanaan telah sesuai dengan kepentingan dan harapan pelanggan/mahasiswa, sehingga dapat memuaskan pelanggan/mahasiswa. Kedua atribut ini sangat berpengaruh terhadap kenyamanan mahasiswa dalam melakukan aktivitas di dalamnya.

3. Kuadran C

Adapun faktor yang termasuk di dalam kuadran C adalah:

- Adanya penghargaan pada kemajuan prestasi mahasiswa (=21).
- Kesesuaian buku panduan akademik untuk dijadikan pedoman (=23).

Menunjukkan faktor-faktor yang berada dalam kuadran ini menjadi prioritas rendah karena dinilai masih dianggap kurang dibutuhkan bagi pelanggan/mahasiswa (menjadi prioritas rendah), sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja. Adanya penghargaan terhadap kemajuan prestasi mahasiswa cukup berpengaruh untuk memotivasi mahasiswa dalam meningkatkan prestasinya. Sedangkan kesesuaian buku panduan akademik cukup berpengaruh untuk dijadikan pedoman kegiatan atau aktivitas akademik.

4. Kuadran D

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena pelanggan/mahasiswa menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh pihak manajemen jurusan, sehingga sangat memuaskan. Dalam hal ini, tidak terdapat faktor-faktor yang termasuk di dalam kriteria ini.

- Dimensi Servqual

1. Kuadran A

Dimensi yang termasuk dalam kuadran ini adalah: Responsiveness

Menunjukkan dimensi yang menjadi prioritas utama bagi pihak manajemen jurusan untuk dilakukan perbaikan. Keberadaan dimensi ini dianggap paling mempengaruhi kepuasan mahasiswa dalam mendapatkan kecepatan atau kemudahan pelayanan dalam dimensi tangible. Pada daerah kuadran A ini pelaksanaan pelayanannya dinilai belum memuaskan sehingga perlu dikaji kembali dan kemudian diambil langkah-langkah perbaikan.

2. Kuadran B

Dimensi yang termasuk dalam kuadran B ini adalah: Tangible, Reliability, Assurance.

Menunjukkan dimensi yang berada dalam kuadran ini perlu dipertahankan prestasinya, karena pada umumnya tingkat pelaksanaan telah sesuai dengan kepentingan dan harapan pelanggan/mahasiswa, sehingga dapat memuaskan pelanggan/mahasiswa. Keberadaan dimensi tangible ini sangat berpengaruh terhadap kenyamanan mahasiswa dalam melakukan aktivitas perkuliahan, dimensi reliability sangat berpengaruh terhadap proses belajar dan mengajar, sedangkan dimensi assurance sangat berpengaruh terhadap komunikasi antara mahasiswa dengan dosen dan karyawan.

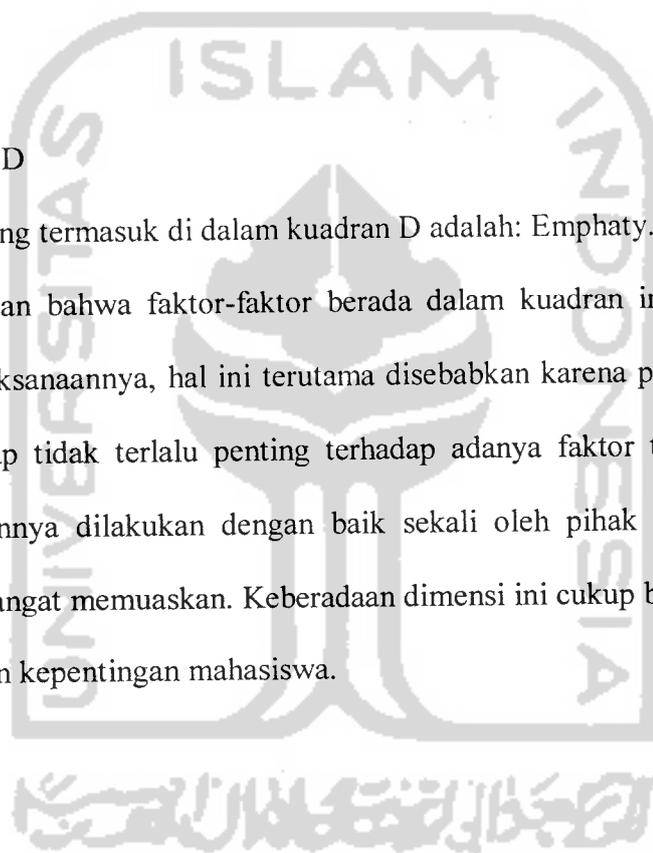
3. Kuadran C

Menunjukkan faktor-faktor yang berada dalam kuadran ini menjadi prioritas rendah karena dinilai masih dianggap kurang penting bagi pelanggan/mahasiswa, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja. Dalam hal ini, tidak terdapat dimensi yang termasuk di dalam kriteria ini.

4. Kuadran D

Dimensi yang termasuk di dalam kuadran D adalah: Emphaty.

Menunjukkan bahwa faktor-faktor berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena pelanggan/mahasiswa menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh pihak manajemen jurusan, sehingga sangat memuaskan. Keberadaan dimensi ini cukup berpengaruh terhadap pemahaman kepentingan mahasiswa.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisis yang telah dikemukakan pada bab-bab terdahulu, maka hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

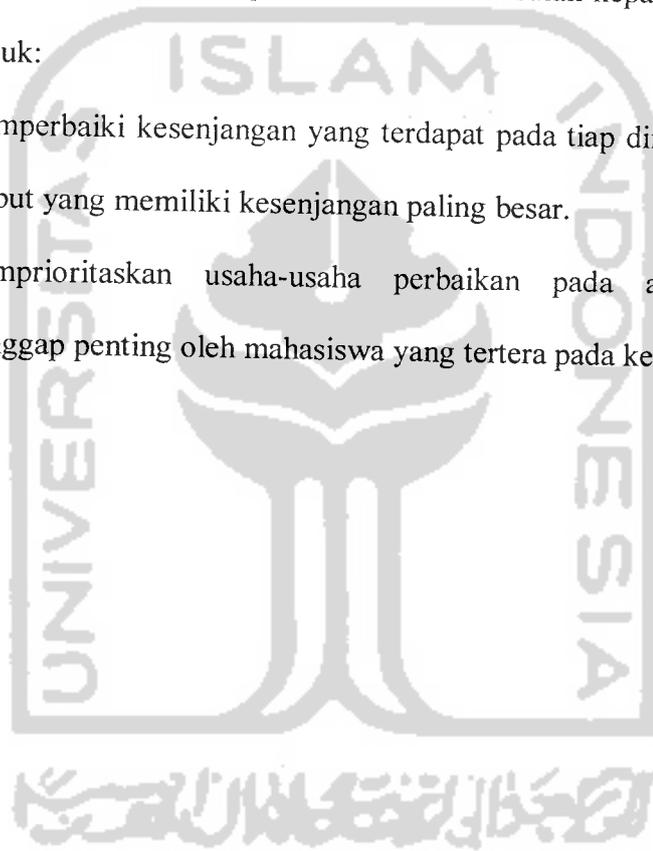
1. Nilai kesenjangan/ nilai gap terbesar terdapat pada dimensi responsiveness yaitu sebesar -1,04761905 sedangkan nilai gap terkecil terdapat pada dimensi empathy yaitu sebesar -0.61904762. Rata-rata nilai gap tiap dimensi adalah sebesar 0,807916.
2. Mutu pelayanan di jurusan teknik industri dapat dikatakan cukup baik karena masih berada di bawah nilai 1. Hal ini ditunjukkan rata-rata nilai mutu yang mendekati nilai 1. Nilai mutu terbesar terdapat pada dimensi empathy yaitu sebesar 0.839208411, sedangkan nilai mutu terkecil terdapat pada dimensi responsiveness yaitu sebesar 0.734620024. Nilai rata-rata mutu tiap dimensi adalah sebesar 0,807916.
3. Prioritas usaha-usaha perbaikan yang untuk meningkatkan mutu pelayanan hasil olah data dengan diagram kartesius yaitu:
 - Ketepatan pengaturan jadwal kuliah
 - Kondisi dan jumlah fasilitas komputer sebagai sarana/media pembelajaran
 - Ketepatan waktu rata-rata dosen T.I dalam memberi nilai

- Kecepatan pihak jurusan dalam menanggapi aspirasi mahasiswa
- Keramahan dosen dan karyawan dalam memberikan pelayanan
- Kemajuan/pembinaan minat dan bakat mahasiswa

VI.2 Saran

Pihak perwakilan mahasiswa perlu memberikan usulan kepada pihak manajemen jurusan untuk:

1. Memperbaiki kesenjangan yang terdapat pada tiap dimensi terutama pada atribut yang memiliki kesenjangan paling besar.
2. Memprioritaskan usaha-usaha perbaikan pada atribut-atribut yang dianggap penting oleh mahasiswa yang tertera pada kesimpulan.



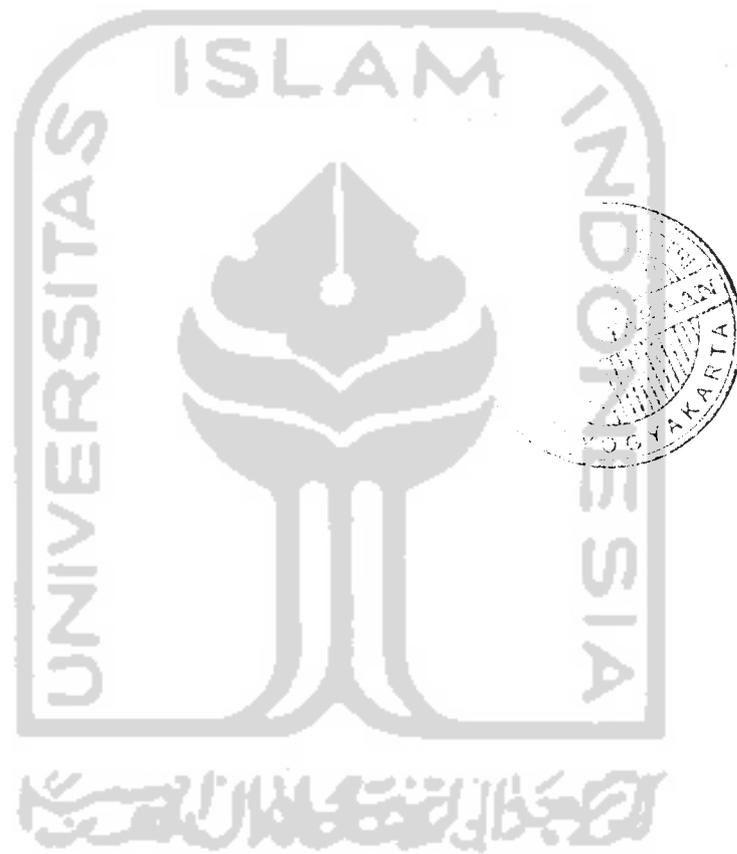
DAFTAR PUSTAKA

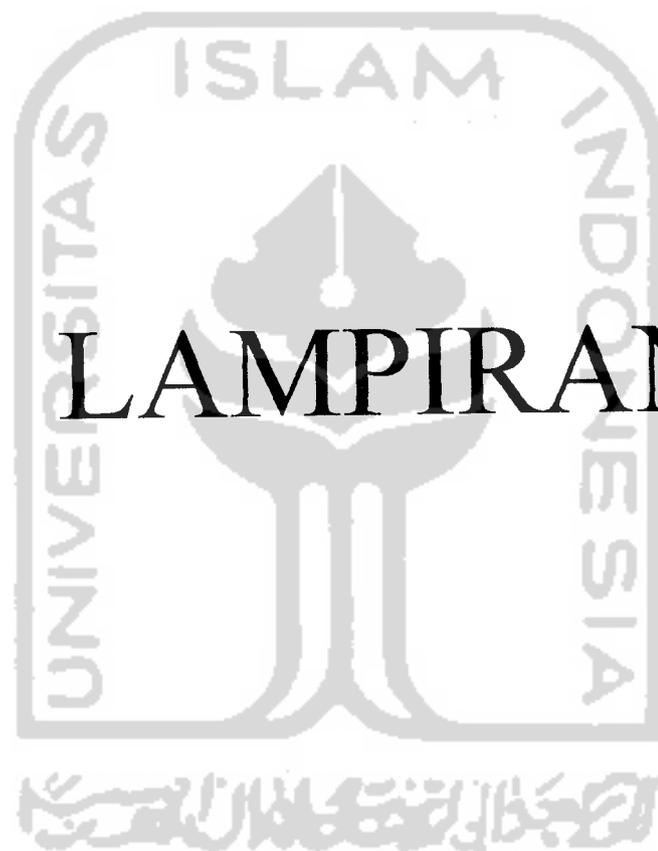
- Ariani, Dorothea Wahyu, 2004. *Pengendalian Kualitas Statististik (Pendekatan Kuantitatif Dalam Manajemen Kualitas)*. Yogyakarta : Andi Offset
- Berry, Leonard, and Parasuraman. 1991. *Marketing Service Competing Through Quality* New York: The Free Press
- Edward Sallis, 2006. *Manajemen Mutu Pendidikan*. Yogyakarta: IRCiSoD
- Engel, James F. dkk. 1995. *Consumer Behavior International Edition*. Edisi ke delapan. The Dryden. 1995.
- Gaspersz, Vincent. 2002. *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Irawan, H. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT. Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control & Edition*. New Jersey: Prentice Hall Inc
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management Millenium Edition*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Lusch, R F dan Virginia N. Lusch. 1987. *Principles of Marketing*. Kept Publishing Company
- Montgomery, 1990. *Pengantar pengendalian Kualitas Statistik*. Yogyakarta: Gajah mada press
- P.Ratnawati, 2004. *Mengukur Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Pendidikan*. Jakarta: Depdiknas
- Stanton, William J. 1981. *Fundamentals of Marketing*. McGraw Hill International.
- Sugiyono, 2002. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Cv. Alfabeta
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Tjiptono, Fandy. 1998. *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Yogyakarta: Andi Offset.

Umberto Sihombing, 2003. *Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Pelayanan (Studi Kasus di STIE Trianandra Jakarta)*

Zeithaml, Valarie, A. and Bitner, Mary Jo. 2000. *Services Marketing: Interpreting Customer Focus Across the Firm*. Boston: Mc. Graw-Hill

Zeithaml, Valarie, A. Parasuraman A. and Berry, Leonard. 1990. *Delivering Quality Service Balancing Customer Perception and Expectation*. New York: The Free Press





LAMPIRAN

Tabel r satu ekor

Taraf signifikansi

Db	1%	5%	15%	30%
1	0,985	0,929	0,814	0,649
2	0,881	0,770	0,640	0,486
3	0,776	0,663	0,542	0,404
4	0,695	0,59	0,479	0,353
5	0,634	0,536	0,433	0,317
6	0,586	0,495	0,399	0,290
7	0,548	0,462	0,371	0,270
8	0,516	0,434	0,349	0,253
9	0,489	0,411	0,330	0,237
10	0,465	0,392	0,314	0,227
11	0,445	0,375	0,300	0,216
12	0,427	0,360	0,288	0,207
13	0,411	0,346	0,277	0,199
14	0,397	0,334	0,267	0,192
15	0,384	0,323	0,258	0,186
16	0,373	0,310	0,250	0,180
17	0,362	0,305	0,243	0,175
18	0,352	0,296	0,237	0,170
19	0,343	0,289	0,23	0,165
20	0,335	0,282	0,225	0,161
21	0,327	0,275	0,219	0,157
22	0,320	0,269	0,214	0,154
23	0,313	0,263	0,210	0,150
24	0,307	0,258	0,206	0,147
25	0,301	0,253	0,201	0,144
26	0,295	0,248	0,198	0,141
27	0,290	0,244	0,194	0,139
28	0,285	0,239	0,191	0,136
29	0,280	0,235	0,187	0,134
30	0,275	0,231	0,184	0,132
40	0,239	0,201	0,160	0,114
60	0,196	0,165	0,131	0,093
120	0,139	0,117	0,093	0,066
tth	0,048	0,041	0,032	0,023

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Sehubungan dengan penelitian tugas akhir / skripsi yang sedang saya lakukan di jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri UII, dengan segala kerendahan hati saya mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuisioner terlampir.

Atas kesediaan Saudara/i mengisi kuisioner, saya ucapkan terima kasih.



Hormat saya,

Indita R.

No	PERNYATAAN	PELAYANAN					HARAPAN				
		SB	B	CB	KB	TB	SP	P	CP	KP	TP
25	Kondisi dan kebersihan fasilitas kantin										
26	Tersedianya fasilitas tempat parkir yang memadai										
27	Tersedianya alat transportasi dalam kampus										



VALIDITAS TANGIBLE

Reliability

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	VAR00001	3.6286	.6846	70.0
2.	VAR00002	3.2143	.7782	70.0
3.	VAR00003	3.4857	.8469	70.0
4.	VAR00004	3.3714	.6409	70.0
5.	VAR00005	3.5714	.8266	70.0
6.	VAR00006	3.5000	.8120	70.0
7.	VAR00007	3.1857	.9370	70.0
8.	VAR00008	2.0857	.9285	70.0
9.	VAR00009	3.0429	.8754	70.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	29.0857	17.8186	4.2212	9

Item-total Statistics	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
VAR00001	25.4571	15.2373	.3953	.7241
VAR00002	25.8714	14.3745	.4810	.7099
VAR00003	25.6000	15.5188	.2372	.7500
VAR00004	25.7143	14.4679	.6030	.6973
VAR00005	25.5143	14.7172	.3813	.7260
VAR00006	25.5857	13.9563	.5279	.7013
VAR00007	25.9000	13.8304	.4462	.7154
VAR00008	27.0000	15.2464	.2359	.7539
VAR00009	26.0429	13.4329	.5641	.6932

Reliability Coefficients

N of Cases = 70.0

N of Items = 9

Alpha = .7429

VALIDITAS RELIABILITY

Reliability

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Mean	Std Dev	Cases
1. VAR00001	3.4429	.7544	70.0
2. VAR00002	3.3429	.7965	70.0
3. VAR00003	3.1286	.8499	70.0
4. VAR00004	3.3857	.7080	70.0
5. VAR00005	3.0714	.8396	70.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	16.3714	9.1064	3.0177	5

Item-total Statistics	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
VAR00001	12.9286	6.0963	.6552	.7728
VAR00002	13.0286	5.7093	.7258	.7500
VAR00003	13.2429	5.7807	.6370	.7775
VAR00004	12.9857	6.4201	.6090	.7870
VAR00005	13.3000	6.4449	.4589	.8312

Reliability Coefficients	
N of Cases = 70.0	N of Items = 5
Alpha = .8201	

VALIDITAS RESPONSIVENESS

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Mean	Std Dev	Cases
1. VAR00001	3.0429	.9237	70.0
2. VAR00002	2.9429	.9462	70.0
3. VAR00003	2.7143	.9801	70.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	8.7000	5.5174	2.3489	3

Item-total Statistics	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
VAR00001	5.6571	2.8663	.5749	.7050
VAR00002	5.7571	2.8242	.5654	.7155
VAR00003	5.9857	2.5360	.6473	.6211

Reliability Coefficients	
N of Cases =	70.0
N of Items =	3
Alpha =	.7635

VALIDITAS ASSURANCE

Reliability

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Mean	Std Dev	Cases
1. VAR00001	3.1143	.9096	70.0
2. VAR00002	3.1857	.9823	70.0
3. VAR00003	3.1571	.9111	70.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	9.4571	5.0923	2.2566	3

Item-total Statistics	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
VAR00001	6.3429	2.8952	.4425	.7600
VAR00002	6.2714	2.3745	.5790	.6041
VAR00003	6.3000	2.4449	.6379	.5338

Reliability Coefficients	N of Cases =	N of Items =
Alpha =	70.0	3

Alpha = .7276

VALIDITAS EMPHATY

Reliability

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	VAR00001	2.8857	.8771	70.0
2.	VAR00002	2.8000	.8944	70.0
3.	VAR00003	3.2000	.7537	70.0
4.	VAR00004	3.5000	.7173	70.0
5.	VAR00005	3.4714	.7366	70.0
6.	VAR00006	3.5286	.8292	70.0
7.	VAR00007	2.0571	.6786	70.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	21.4429	9.8735	3.1422	7

Item-total Statistics	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
VAR00001	18.5571	7.0039	.4524	.5878
VAR00002	18.6429	7.2474	.3792	.6134
VAR00003	18.2429	7.2590	.5038	.5760
VAR00004	17.9429	7.8228	.3829	.6128
VAR00005	17.9714	7.9122	.3423	.6237
VAR00006	17.9143	7.0360	.4887	.5766
VAR00007	19.3857	9.4288	-.0038	.7059

Reliability Coefficients

N of Cases = 70.0

N of Items = 7

Alpha = .6535

Output pra survey penilaian pelayanan

Reliability

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	VAR00001	3.8667	.6288	30.0
2.	VAR00002	3.4667	.7303	30.0
3.	VAR00003	3.4000	.8944	30.0
4.	VAR00004	3.5000	.5724	30.0
5.	VAR00005	3.7333	.8683	30.0
6.	VAR00006	3.6667	.8841	30.0
7.	VAR00007	3.3333	.8841	30.0
8.	VAR00008	2.4000	.9322	30.0
9.	VAR00009	3.2667	.8683	30.0
10.	VAR00010	3.6000	.7240	30.0
11.	VAR00011	3.5667	.7279	30.0
12.	VAR00012	3.2000	.7611	30.0
13.	VAR00013	3.5000	.6823	30.0
14.	VAR00014	3.2000	.8052	30.0
15.	VAR00015	3.0667	.9072	30.0
16.	VAR00016	3.2333	.9353	30.0
17.	VAR00017	2.9000	.9948	30.0
18.	VAR00018	3.1000	.8030	30.0
19.	VAR00019	3.3000	1.0875	30.0
20.	VAR00020	3.3000	.8769	30.0
21.	VAR00021	2.9333	.9072	30.0
22.	VAR00022	2.8667	.9371	30.0
23.	VAR00023	3.4000	.7701	30.0
24.	VAR00024	3.6000	.6747	30.0
25.	VAR00025	3.6667	.8023	30.0
26.	VAR00026	3.6667	.8841	30.0
27.	VAR00027	2.2000	.4842	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	88.9333	135.4437	11.6380	27

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
VAR00001	85.0667	127.5816	.5256	.8929
VAR00002	85.4667	127.8437	.4279	.8944
VAR00003	85.5333	127.9816	.3292	.8967
VAR00004	85.4333	129.7713	.4099	.8949
VAR00005	85.2000	124.5793	.5216	.8924
VAR00006	85.2667	125.0299	.4872	.8931
VAR00007	85.6000	126.7310	.3984	.8951
VAR00008	86.5333	125.1540	.4517	.8940
VAR00009	85.6667	124.9195	.5033	.8928
VAR00010	85.3333	126.3678	.5254	.8926
VAR00011	85.3667	125.4126	.5828	.8915
VAR00012	85.7333	124.4782	.6115	.8908
VAR00013	85.4333	126.3230	.5643	.8920
VAR00014	85.7333	126.5471	.4553	.8938
VAR00015	85.8667	124.3954	.5053	.8927
VAR00016	85.7000	123.5966	.5276	.8922
VAR00017	86.0333	123.6885	.4865	.8933
VAR00018	85.8333	129.0402	.3156	.8966
VAR00019	85.6333	121.2747	.5421	.8920
VAR00020	85.6333	123.0678	.5966	.8907
VAR00021	86.0000	122.5517	.6009	.8905
VAR00022	86.0667	125.6506	.4243	.8947
VAR00023	85.5333	124.5333	.6002	.8910
VAR00024	85.3333	126.0230	.5919	.8916
VAR00025	85.2667	127.8575	.3826	.8953
VAR00026	85.2667	126.5471	.4080	.8949
VAR00027	86.7333	137.5816	-.2088	.9024

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 27

Alpha = .8971

Iterasi ke 2 pra survey penilaian pelayanan

Reliability

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

-

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	VAR00001	3.8667	.6288	30.0
2.	VAR00002	3.4667	.7303	30.0
3.	VAR00003	3.4000	.8944	30.0
4.	VAR00004	3.5000	.5724	30.0
5.	VAR00005	3.7333	.8683	30.0
6.	VAR00006	3.6667	.8841	30.0
7.	VAR00007	3.3333	.8841	30.0
8.	VAR00008	2.4000	.9322	30.0
9.	VAR00009	3.2667	.8683	30.0
10.	VAR00010	3.6000	.7240	30.0
11.	VAR00011	3.5667	.7279	30.0
12.	VAR00012	3.2000	.7611	30.0
13.	VAR00013	3.5000	.6823	30.0
14.	VAR00014	3.2000	.8052	30.0
15.	VAR00015	3.0667	.9072	30.0
16.	VAR00016	3.2333	.9353	30.0
17.	VAR00017	2.9000	.9948	30.0
18.	VAR00018	3.1000	.8030	30.0
19.	VAR00019	3.3000	1.0875	30.0
20.	VAR00020	3.3000	.8769	30.0
21.	VAR00021	2.9333	.9072	30.0
22.	VAR00022	2.8667	.9371	30.0
23.	VAR00023	3.4000	.7701	30.0
24.	VAR00024	3.6000	.6747	30.0
25.	VAR00025	3.6667	.8023	30.0
26.	VAR00026	3.6667	.8841	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	86.7333	137.5816	11.7295	26

-

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
VAR00001	82.8667	129.7747	.5173	.8987
VAR00002	83.2667	129.9954	.4235	.9001
VAR00003	83.3333	130.3678	.3140	.9026
VAR00004	83.2333	131.9782	.4012	.9006
VAR00005	83.0000	126.6207	.5223	.8981
VAR00006	83.0667	127.2368	.4795	.8990
VAR00007	83.4000	128.7310	.4022	.9007
VAR00008	84.3333	127.2644	.4492	.8998
VAR00009	83.4667	126.7402	.5159	.8983
VAR00010	83.1333	128.4644	.5236	.8983
VAR00011	83.1667	127.3851	.5883	.8972
VAR00012	83.5333	126.6023	.6072	.8967
VAR00013	83.2333	128.2540	.5735	.8976
VAR00014	83.5333	128.3954	.4679	.8993
VAR00015	83.6667	126.1609	.5200	.8982
VAR00016	83.5000	125.6379	.5279	.8980
VAR00017	83.8333	125.4540	.4998	.8987
VAR00018	83.6333	130.9989	.3230	.9021
VAR00019	83.4333	123.2885	.5428	.8979
VAR00020	83.4333	125.0816	.5981	.8965
VAR00021	83.8000	124.6483	.5978	.8964
VAR00022	83.8667	127.7747	.4215	.9004
VAR00023	83.3333	126.7126	.5927	.8969
VAR00024	83.1333	128.0506	.5944	.8973
VAR00025	83.0667	129.8575	.3872	.9008
VAR00026	83.0667	128.6851	.4046	.9007

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 26

Alpha = .9024

Output keseluruhan penilaian pelayanan (hasil survey)

Reliability

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

-

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	VAR00001	3.6286	.6846	70.0
2.	VAR00002	3.2143	.7782	70.0
3.	VAR00003	3.4857	.8469	70.0
4.	VAR00004	3.3714	.6409	70.0
5.	VAR00005	3.5714	.8266	70.0
6.	VAR00006	3.5000	.8120	70.0
7.	VAR00007	3.1857	.9370	70.0
8.	VAR00008	2.0857	.9285	70.0
9.	VAR00009	3.0429	.8754	70.0
10.	VAR00010	3.4429	.7544	70.0
11.	VAR00011	3.3429	.7965	70.0
12.	VAR00012	3.1286	.8499	70.0
13.	VAR00013	3.3857	.7080	70.0
14.	VAR00014	3.0714	.8396	70.0
15.	VAR00015	3.0429	.9237	70.0
16.	VAR00016	2.9429	.9462	70.0
17.	VAR00017	2.7143	.9801	70.0
18.	VAR00018	3.1143	.9096	70.0
19.	VAR00019	3.1857	.9823	70.0
20.	VAR00020	3.1571	.9111	70.0
21.	VAR00021	2.8857	.8771	70.0
22.	VAR00022	2.8000	.8944	70.0
23.	VAR00023	3.2000	.7537	70.0
24.	VAR00024	3.5000	.7173	70.0
25.	VAR00025	3.4714	.7366	70.0
26.	VAR00026	3.5286	.8292	70.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	83.0000	144.8986	12.0374	26

-

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
VAR00001	79.3714	138.2369	.3847	.9066
VAR00002	79.7857	135.1853	.5033	.9046
VAR00003	79.5143	138.4853	.2858	.9087
VAR00004	79.6286	136.1499	.5575	.9041
VAR00005	79.4286	135.2340	.4672	.9052
VAR00006	79.5000	135.2681	.4749	.9051
VAR00007	79.8143	132.8491	.5172	.9043
VAR00008	80.9143	136.7172	.3371	.9081
VAR00009	79.9571	131.6648	.6206	.9022
VAR00010	79.5571	134.0184	.5903	.9031
VAR00011	79.6571	131.9967	.6703	.9015
VAR00012	79.8714	131.2441	.6641	.9014
VAR00013	79.6143	134.8491	.5807	.9034
VAR00014	79.9286	133.6615	.5425	.9038
VAR00015	79.9571	132.6213	.5370	.9039
VAR00016	80.0571	130.4025	.6294	.9019
VAR00017	80.2857	130.2360	.6125	.9022
VAR00018	79.8857	133.7549	.4903	.9048
VAR00019	79.8143	131.8925	.5336	.9040
VAR00020	79.8429	132.3083	.5611	.9034
VAR00021	80.1143	137.6099	.3168	.9082
VAR00022	80.2000	135.0029	.4376	.9059
VAR00023	79.8000	134.3942	.5686	.9035
VAR00024	79.5000	138.3116	.3599	.9070
VAR00025	79.5286	138.1658	.3574	.9071
VAR00026	79.4714	135.7021	.4404	.9057

Reliability Coefficients

N of Cases = 70.0 N of Items = 26

Alpha = .9080

Output pra survey tingkat kepentingan responden

Reliability

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

-

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	VAR00001	3.9000	.6618	30.0
2.	VAR00002	3.8667	.6814	30.0
3.	VAR00003	3.7667	.6789	30.0
4.	VAR00004	3.8000	.5509	30.0
5.	VAR00005	3.8667	.6288	30.0
6.	VAR00006	3.8000	.6644	30.0
7.	VAR00007	3.7333	.6915	30.0
8.	VAR00008	3.9333	.6915	30.0
9.	VAR00009	3.7333	.6397	30.0
10.	VAR00010	3.8667	.5713	30.0
11.	VAR00011	3.8667	.5074	30.0
12.	VAR00012	3.7333	.5833	30.0
13.	VAR00013	3.7333	.5833	30.0
14.	VAR00014	3.8000	.6103	30.0
15.	VAR00015	3.9333	.6915	30.0
16.	VAR00016	3.8333	.5921	30.0
17.	VAR00017	3.8667	.6814	30.0
18.	VAR00018	3.7667	.6261	30.0
19.	VAR00019	3.7667	.6789	30.0
20.	VAR00020	3.8667	.5713	30.0
21.	VAR00021	3.9000	.6074	30.0
22.	VAR00022	3.8667	.7303	30.0
23.	VAR00023	3.8000	.5509	30.0
24.	VAR00024	3.9667	.6687	30.0
25.	VAR00025	3.9000	.5477	30.0
26.	VAR00026	3.9000	.6618	30.0
27.	VAR00027	3.8333	.6477	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	103.6000	136.2483	11.6725	27

-

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
VAR00001	99.7000	126.2862	.6403	.9548
VAR00002	99.7333	126.2713	.6211	.9550
VAR00003	99.8333	125.9368	.6465	.9547
VAR00004	99.8000	127.0621	.7153	.9542
VAR00005	99.7333	127.9954	.5523	.9556
VAR00006	99.8000	125.0621	.7231	.9540
VAR00007	99.8667	123.9816	.7655	.9535
VAR00008	99.6667	130.6437	.3243	.9579
VAR00009	99.8667	124.9471	.7616	.9536
VAR00010	99.7333	126.4092	.7404	.9539
VAR00011	99.7333	128.4782	.6531	.9548
VAR00012	99.8667	127.1540	.6655	.9545
VAR00013	99.8667	128.5333	.5576	.9555
VAR00014	99.8000	124.5793	.8292	.9530
VAR00015	99.6667	127.2644	.5452	.9557
VAR00016	99.7667	127.4264	.6337	.9548
VAR00017	99.7333	125.3747	.6821	.9544
VAR00018	99.8333	125.3851	.7468	.9538
VAR00019	99.8333	127.8678	.5158	.9560
VAR00020	99.7333	126.9609	.6960	.9543
VAR00021	99.7000	126.2862	.7027	.9542
VAR00022	99.7333	123.9264	.7250	.9539
VAR00023	99.8000	126.0276	.8018	.9535
VAR00024	99.6333	125.6885	.6745	.9544
VAR00025	99.7000	127.2517	.7038	.9543
VAR00026	99.7000	125.5966	.6886	.9543
VAR00027	99.7667	128.5989	.4921	.9561

Reliability Coefficients

N of Cases =

30.0

N of Items = 27

Alpha = .9562

Output hasil survey tingkat kepentingan responden

Reliability

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

-

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	VAR00001	3.9000	.6618	30.0
2.	VAR00002	3.8667	.6814	30.0
3.	VAR00003	3.7667	.6789	30.0
4.	VAR00004	3.8000	.5509	30.0
5.	VAR00005	3.8667	.6288	30.0
6.	VAR00006	3.8000	.6644	30.0
7.	VAR00007	3.7333	.6915	30.0
8.	VAR00008	3.9333	.6915	30.0
9.	VAR00009	3.7333	.6397	30.0
10.	VAR00010	3.8667	.5713	30.0
11.	VAR00011	3.8667	.5074	30.0
12.	VAR00012	3.7333	.5833	30.0
13.	VAR00013	3.7333	.5833	30.0
14.	VAR00014	3.8000	.6103	30.0
15.	VAR00015	3.9333	.6915	30.0
16.	VAR00016	3.8333	.5921	30.0
17.	VAR00017	3.8667	.6814	30.0
18.	VAR00018	3.7667	.6261	30.0
19.	VAR00019	3.7667	.6789	30.0
20.	VAR00020	3.8667	.5713	30.0
21.	VAR00021	3.9000	.6074	30.0
22.	VAR00022	3.8667	.7303	30.0
23.	VAR00023	3.8000	.5509	30.0
24.	VAR00024	3.9667	.6687	30.0
25.	VAR00025	3.9000	.5477	30.0
26.	VAR00026	3.9000	.6618	30.0
27.	VAR00027	3.8333	.6477	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	103.6000	136.2483	11.6725	27

-

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
VAR00001	99.7000	126.2962	.6403	.9548
VAR00002	99.7333	126.2713	.6211	.9550
VAR00003	99.8333	125.9368	.6465	.9547
VAR00004	99.8000	127.0621	.7153	.9542
VAR00005	99.7333	127.9954	.5523	.9556
VAR00006	99.8000	125.0621	.7231	.9540
VAR00007	99.8667	123.9816	.7655	.9535
VAR00008	99.6667	130.6437	.3243	.9579
VAR00009	99.8667	124.9471	.7616	.9536
VAR00010	99.7333	126.4092	.7404	.9539
VAR00011	99.7333	128.4782	.6531	.9548
VAR00012	99.8667	127.1540	.6655	.9545
VAR00013	99.8667	128.5333	.5576	.9555
VAR00014	99.8000	124.5793	.8292	.9530
VAR00015	99.6667	127.2644	.5452	.9557
VAR00016	99.7667	127.4264	.6337	.9548
VAR00017	99.7333	125.3747	.6821	.9544
VAR00018	99.8333	125.3851	.7468	.9538
VAR00019	99.8333	127.8678	.5158	.9560
VAR00020	99.7333	126.9609	.6960	.9543
VAR00021	99.7000	126.2862	.7027	.9542
VAR00022	99.7333	123.9264	.7250	.9539
VAR00023	99.8000	126.0276	.8018	.9535
VAR00024	99.6333	125.6885	.6745	.9544
VAR00025	99.7000	127.2517	.7038	.9543
VAR00026	99.7000	125.5966	.6886	.9543
VAR00027	99.7667	128.5989	.4921	.9561

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 27

Alpha = .9562

PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP PELAYANAN

NO	NAMA	ANGKATAN	TANGIBLE										RELIABILITY					RESPONSIVENESS					ASSURANCE					EMPHATY				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27			
1	Maya	2002	3	2	4	4	5	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	2	4	5	3	4	2				
2	Candra	2001	4	3	4	4	3	1	2	4	4	3	3	2	1	4	1	2	3	3	2	3	2	2	3	4	4	3				
3	Haffy A	2005	3	3	3	3	3	1	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	4	4	4	3	2				
4	Komang Y	2005	4	5	5	4	4	3	3	5	5	5	4	2	2	4	4	3	5	5	4	4	4	3	4	4	2	2				
5	Didi Tri	2005	4	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3				
6	Muh	2005	4	3	2	3	5	2	4	3	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5	4	1				
7	TN	2005	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2				
8	Yan Adit	2005	4	4	3	3	4	2	3	2	4	4	4	3	2	1	3	1	1	4	4	4	5	4	3	4	5	3				
9	Riki	2005	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2				
10	Riki A	2005	4	4	5	4	4	2	4	4	3	4	4	3	3	4	3	2	3	2	3	4	4	4	4	4	3	2				
11	Azwan	2005	4	3	3	4	3	5	4	5	4	3	4	3	3	4	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	4	2				
12	Risma	2001	4	4	3	3	4	3	2	3	3	2	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	2				
13	Sanyoto B	2005	3	4	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	2				
14	Anang TA	2005	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2				
15	Anjar M	2005	4	3	3	4	4	4	1	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	4	2				
16	Bina S	2005	3	3	3	3	4	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2	2	2	3	4	3	2				
17	Mustahdi	2005	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3				
18	Andika D	2005	4	3	2	3	3	4	4	4	4	2	4	4	3	1	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	2				
19	Andi A	2002	4	4	3	4	2	2	2	4	4	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2				
20	Okky	2003	4	3	3	4	3	4	2	4	4	3	4	3	4	3	2	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	2				
21	Pawitra	2005	4	3	3	3	5	4	3	1	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	2				
22	Rifq Nur	2005	4	4	3	3	5	5	2	4	4	5	4	3	5	4	5	2	3	4	4	2	2	4	4	5	5	2				
23	Fikria	2005	3	3	3	3	4	3	4	1	3	3	2	3	3	3	3	3	4	1	3	2	2	4	4	3	3	3				
24	Hayyun L	2005	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	5	3				
25	Lusi R	2005	4	3	3	4	4	5	2	2	4	4	3	4	4	4	2	2	4	2	2	2	2	2	4	4	3	2				
26	Hasbi A	2005	5	4	4	4	4	5	4	2	4	4	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	4	4	4	2	2				
27	Dwi H	2004	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2				
28	Munifah	2005	4	2	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3				
29	Indra	2005	4	4	4	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	5	2	3	2	3	4	5	5	2				
30	Rio	2005	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2				
31	Adya BP	2005	4	3	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	4	4	4	4	2				
32	Agung	2005	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3				
33	Riki	2004	3	3	2	3	4	4	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3				
34	Dimas A	2002	4	2	2	4	4	3	2	1	2	4	3	2	4	3	2	1	2	2	2	2	2	3	4	4	4	3				

RATA-RATA LABORATORIUM

4A	4B	4C	4D	4E	4F	4G	4H	4I	RATA2 PELAYANAN
4	4	5	5	4	4	4	5	4	4.333333
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4.111111
3									3
5	4	4	4	4	3	5	4	5	4.222222
4	4								4
1	3	4	3	2	4	4	3	4	3.111111
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3								3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	3.777778
3	2	3	3	4	4	4	4		3.375
2	2	4	3	3	3	3	4	3	3
4	4	4	5	3	4	4	5	3	4
	4								4
3	2								2.5
4	4								4
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3.444444
3	3	3	4	4	4	4	3	4	3.555556
3	2	3	4	4	4	4	4	5	3.666667
3	3	4	4	3	4	2	3	4	3.333333
3	2	4	3						3
	3								3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3								3.5
4	3								3.5
2	3	4	3	4	3	4	4	3	3.333333
3	4	2	4	2	3	4	3	3	3.111111
4	4	3	3	3	3	3	3	4	3.333333
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3						3
2	2	3	2	2	2	3	3	2	2.333333
3	2	3	3	3	3				2.833333
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4.111111
3	3	4	4	4	4	5	5	3	3.888889
3	3	3	1	2	2				2.333333
2	3	3	4	3	3	5	5	4	3.555556
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4								3.5
3	3								3
2	2	2	2	2	3	3	2	2	2.222222
3	3	4	4	4	4	4	4		3.75
3	2	3	2	3	3	3	2	4	2.777778
3	3	4	4	4	4	4	4	4	3.777778
2	3	2	2	2	2	2	3	5	2.555556
4	3	3	4	5	5	3	3	5	3.888889

2	2	2	3	3	3	3	2	
3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	3	4
2	2	2	2	2	2	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	4	4		
3	3	3	4	3	3	3	3	1
2	3	3	2	3	3	4	2	3
3		3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	5	4	
4	3	3	4	3	3	2	3	
3	2	3	3	3	3	3	3	4
3	4	3	4	2	3	4	4	
3	2	1	1	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	3	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3	4	4	4
3	2	3	4	3	3	4	3	4

2.5
3.888889
3.777778
2.444444
4
3.714286
2.888889
2.777778
3
3.666667
3.875
3.125
3
3.375
2.333333
3
3.111111
3
3.333333
4
3.666667
3.444444
3.222222

IA	4B	4C	4D	4E	4F	4G	4H	4I
4	4	5	5	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3								
4	3	4	3	3	3	4	3	3
3	3							
5	3	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3							
4	3	4	3	4	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	4	4	4	4	
4	5	4	4	5	4	4	4	4
3	4	4	5	4	3	4	4	5
	4							
4	4							
4	4							
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4					
	3							
3	3	3	4	4	4	4	4	4

RATA2 TINGK.KEPENTINGAN
4.333333
4
3
3.333333
3
3.888889
4
3
3.555556
3
3.777778
3.625
4.222222
4
4
4
4
4
3.444444
4
4
3
3.666667

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3									4
4	3	4	3	3	4	3	3	4		3.5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3.444444
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5							4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
3	4	3	4	3	3					3.333333
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4.111111
3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3.666667
3	3	3	4	3	3					3.166667
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3.222222
3	3									3
3	3									3
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4.777778
4	3	4	4	4	4	4	4	4		3.875
3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3.444444
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4.666667
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	3	3	3	3	3	5	3.444444
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4.888889
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4.222222
4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3.222222
4	4	4	3	3	4	4	4			3.714286
4	3	3	3	4	4	4	4	3	5	3.666667
5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3.888889
3		3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3.888889
5	5	4	4	3	3	4	4	4		4
4	4	4	4	4	4	4	4	4		4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	3	3	3	3		3.375
4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4.111111
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3.777778
3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3.444444
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3.555556
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3.444444
3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	4.111111
3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3.444444

Frekuensi Kinerja

Frequency Table

VAR00001

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	5.7	5.7	5.7
	3.00	22	31.4	31.4	37.1
	4.00	40	57.1	57.1	94.3
	5.00	4	5.7	5.7	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00002

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	13	18.6	18.6	18.6
	3.00	31	44.3	44.3	62.9
	4.00	24	34.3	34.3	97.1
	5.00	2	2.9	2.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00003

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.4	1.4	1.4
	2.00	7	10.0	10.0	11.4
	3.00	25	35.7	35.7	47.1
	4.00	31	44.3	44.3	91.4
	5.00	6	8.6	8.6	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00004

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	8.6	8.6	8.6
	3.00	32	45.7	45.7	54.3
	4.00	32	45.7	45.7	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00005

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	8	11.4	11.4	11.4
	3.00	21	30.0	30.0	41.4
	4.00	34	48.6	48.6	90.0
	5.00	7	10.0	10.0	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00006

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	8	11.4	11.4	11.4
	3.00	25	35.7	35.7	47.1
	4.00	31	44.3	44.3	91.4
	5.00	6	8.6	8.6	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00007

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	4.3	4.3	4.3
	2.00	12	17.1	17.1	21.4
	3.00	28	40.0	40.0	61.4
	4.00	23	32.9	32.9	94.3
	5.00	4	5.7	5.7	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00008

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	21	30.0	30.0	30.0
	2.00	28	40.0	40.0	70.0
	3.00	15	21.4	21.4	91.4
	4.00	6	8.6	8.6	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00009

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	7.1	7.1	7.1
	2.00	9	12.9	12.9	20.0
	3.00	35	50.0	50.0	70.0
	4.00	20	28.6	28.6	98.6
	5.00	1	1.4	1.4	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00010

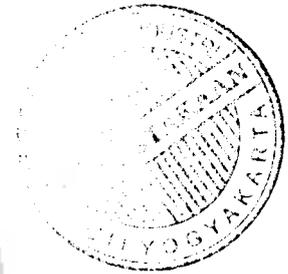
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	2.9	2.9	2.9
	2.00	3	4.3	4.3	7.1
	3.00	29	41.4	41.4	48.6
	4.00	34	48.6	48.6	97.1
	5.00	2	2.9	2.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00011

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	2.9	2.9	2.9
	2.00	4	5.7	5.7	8.6
	3.00	36	51.4	51.4	60.0
	4.00	24	34.3	34.3	94.3
	5.00	4	5.7	5.7	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00012

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	2.9	2.9	2.9
	2.00	13	18.6	18.6	21.4
	3.00	31	44.3	44.3	65.7
	4.00	22	31.4	31.4	97.1
	5.00	2	2.9	2.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	



VAR00013

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	10.0	10.0	10.0
	3.00	31	44.3	44.3	54.3
	4.00	30	42.9	42.9	97.1
	5.00	2	2.9	2.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00014

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	2.9	2.9	2.9
	2.00	14	20.0	20.0	22.9
	3.00	33	47.1	47.1	70.0
	4.00	19	27.1	27.1	97.1
	5.00	2	2.9	2.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00015

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	5.7	5.7	5.7
	2.00	14	20.0	20.0	25.7
	3.00	29	41.4	41.4	67.1
	4.00	21	30.0	30.0	97.1
	5.00	2	2.9	2.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00016

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	5.7	5.7	5.7
	2.00	18	25.7	25.7	31.4
	3.00	29	41.4	41.4	72.9
	4.00	16	22.9	22.9	95.7
	5.00	3	4.3	4.3	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00017

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	9	12.9	12.9	12.9
	2.00	18	25.7	25.7	38.6
	3.00	28	40.0	40.0	78.6
	4.00	14	20.0	20.0	98.6
	5.00	1	1.4	1.4	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00018

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	5.7	5.7	5.7
	2.00	12	17.1	17.1	22.9
	3.00	27	38.6	38.6	61.4
	4.00	26	37.1	37.1	98.6
	5.00	1	1.4	1.4	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00019

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	4.3	4.3	4.3
	2.00	15	21.4	21.4	25.7
	3.00	22	31.4	31.4	57.1
	4.00	26	37.1	37.1	94.3
	5.00	4	5.7	5.7	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00020

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	4.3	4.3	4.3
	2.00	13	18.6	18.6	22.9
	3.00	26	37.1	37.1	60.0
	4.00	26	37.1	37.1	97.1
	5.00	2	2.9	2.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00021

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	4.3	4.3	4.3
	2.00	21	30.0	30.0	34.3
	3.00	28	40.0	40.0	74.3
	4.00	17	24.3	24.3	98.6
	5.00	1	1.4	1.4	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00022

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	7.1	7.1	7.1
	2.00	20	28.6	28.6	35.7
	3.00	30	42.9	42.9	78.6
	4.00	14	20.0	20.0	98.6
	5.00	1	1.4	1.4	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00023

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.4	1.4	1.4
	2.00	10	14.3	14.3	15.7
	3.00	34	48.6	48.6	64.3
	4.00	24	34.3	34.3	98.6
	5.00	1	1.4	1.4	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00024

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	8.6	8.6	8.6
	3.00	26	37.1	37.1	45.7
	4.00	35	50.0	50.0	95.7
	5.00	3	4.3	4.3	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

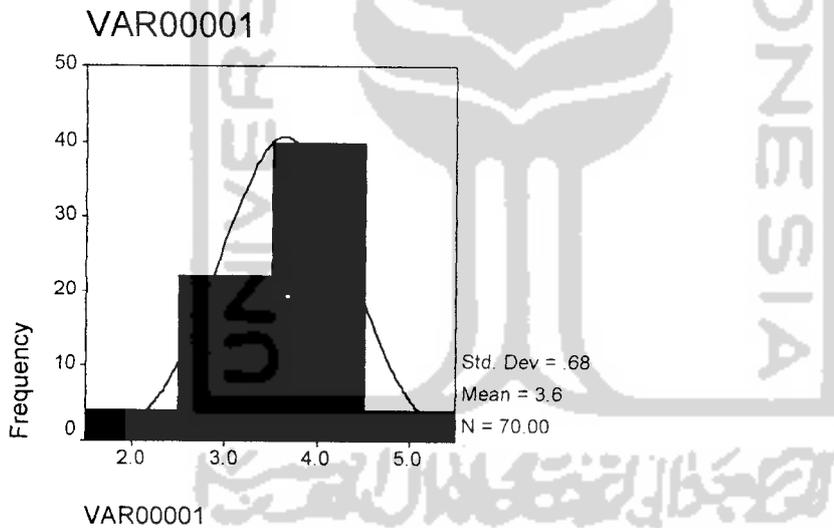
VAR00025

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	7.1	7.1	7.1
	3.00	32	45.7	45.7	52.9
	4.00	28	40.0	40.0	92.9
	5.00	5	7.1	7.1	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

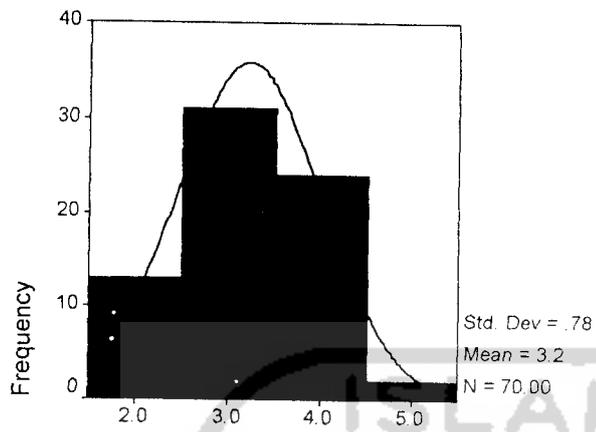
VAR00026

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	10.0	10.0	10.0
	3.00	27	38.6	38.6	48.6
	4.00	28	40.0	40.0	88.6
	5.00	8	11.4	11.4	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Histogram

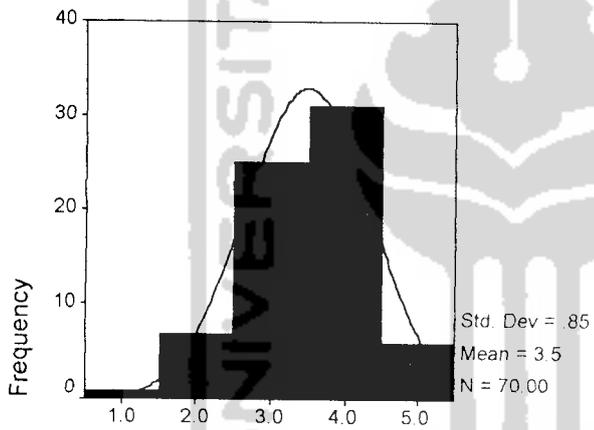


VAR00002



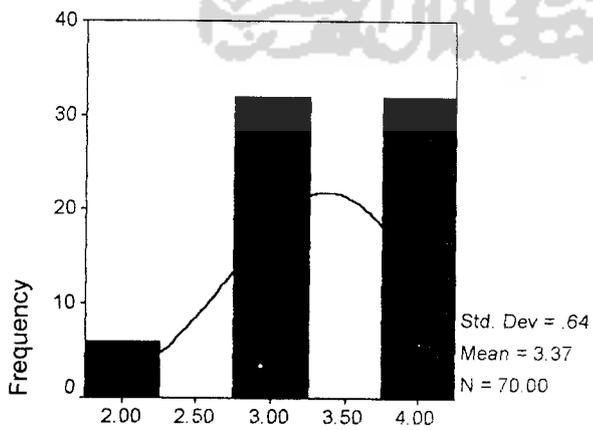
VAR00002

VAR00003



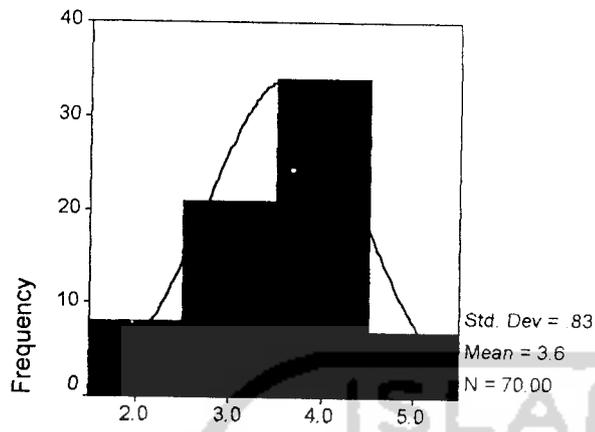
VAR00003

VAR00004



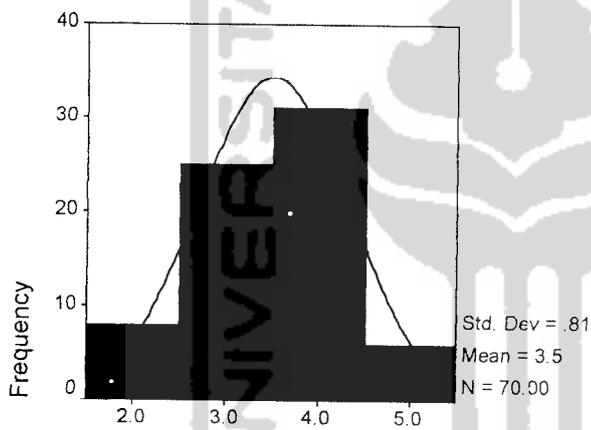
VAR00004

VAR00005



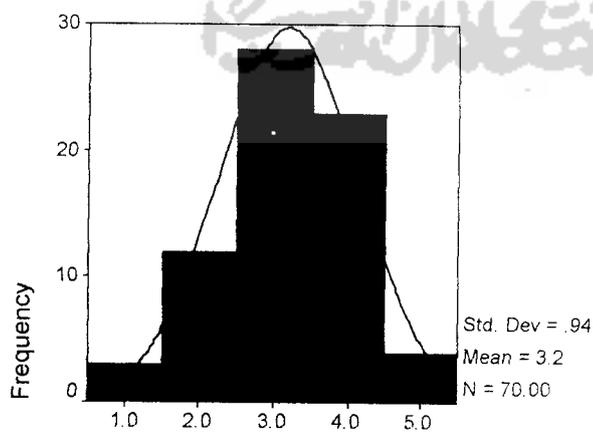
VAR00005

VAR00006



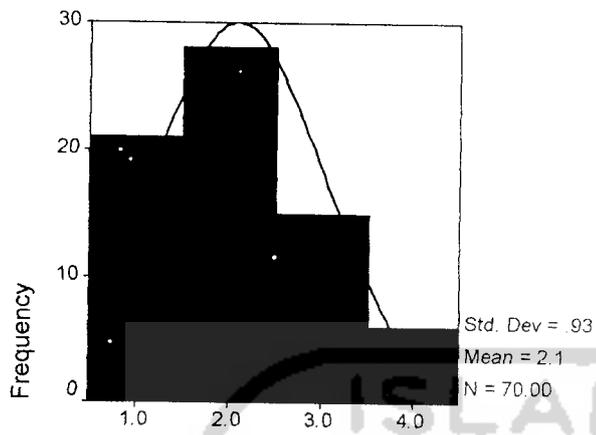
VAR00006

VAR00007



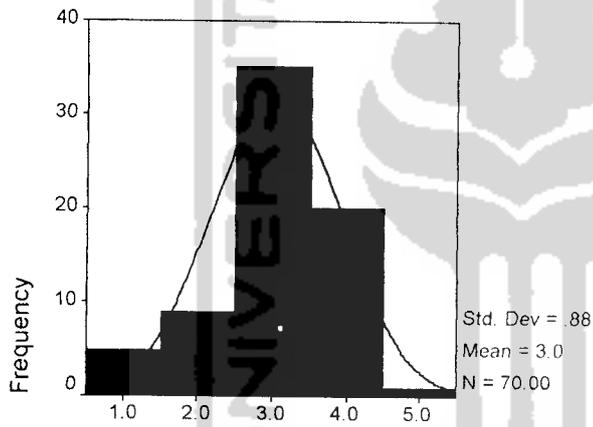
VAR00007

VAR00008



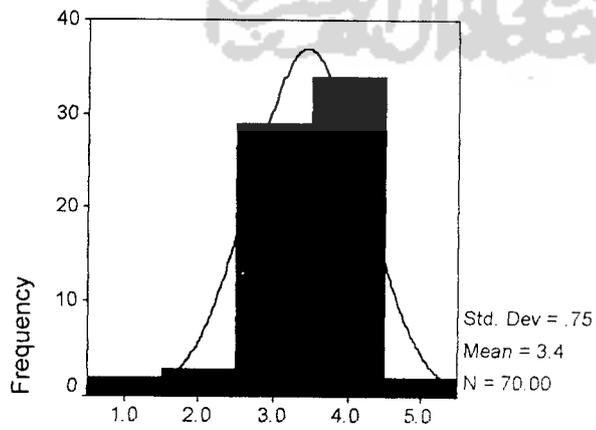
VAR00008

VAR00009



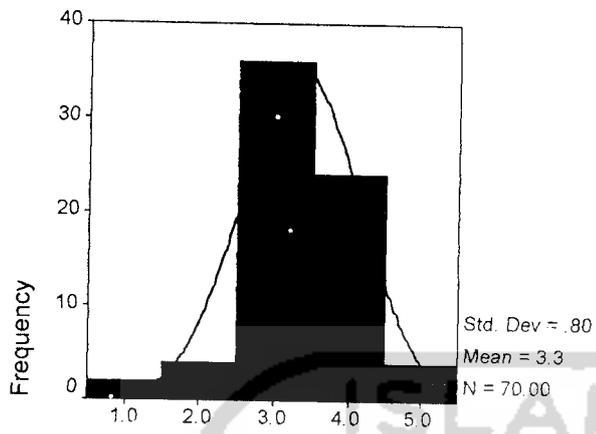
VAR00009

VAR00010



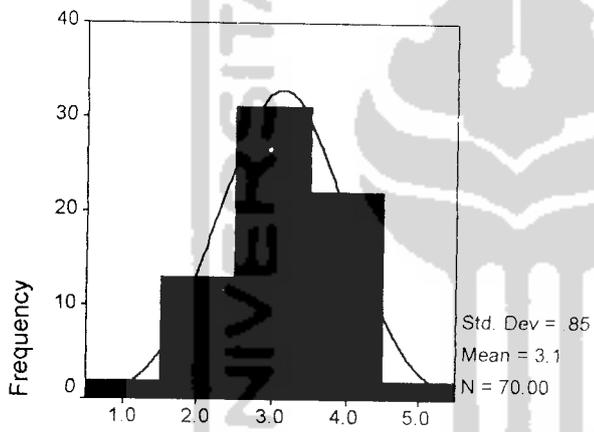
VAR00010

VAR00011



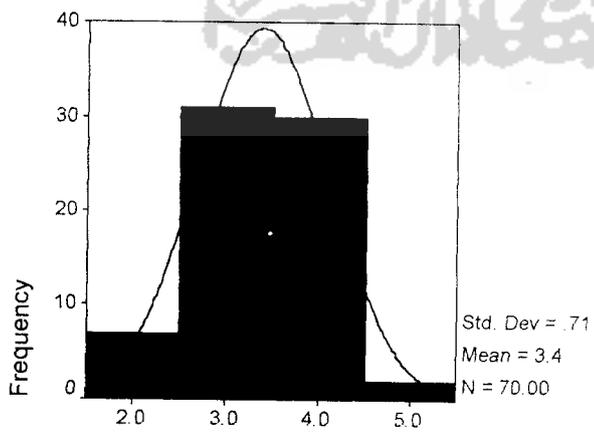
VAR00011

VAR00012



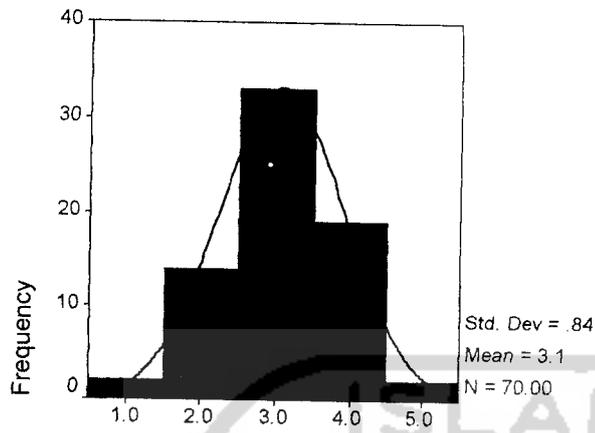
VAR00012

VAR00013



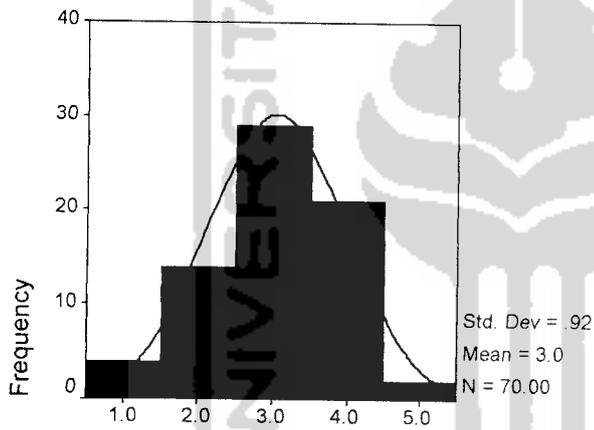
VAR00013

VAR00014



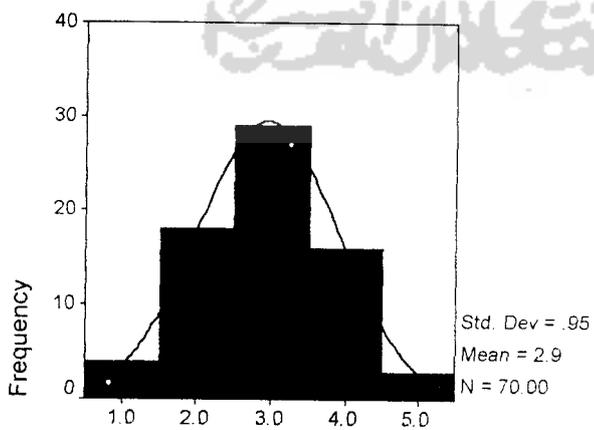
VAR00014

VAR00015



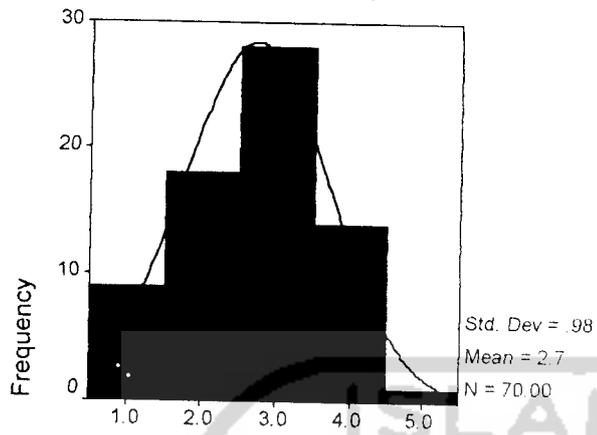
VAR00015

VAR00016



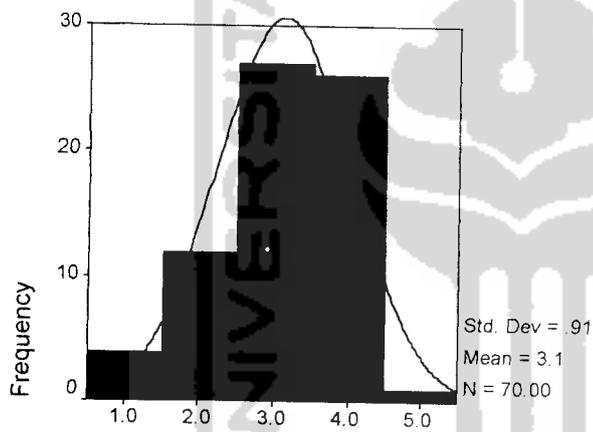
VAR00016

VAR00017



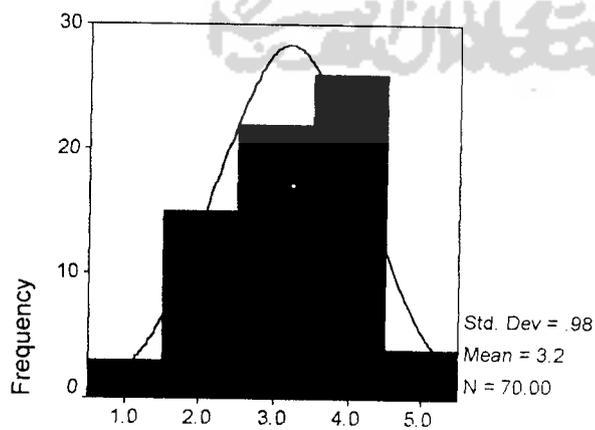
VAR00017

VAR00018



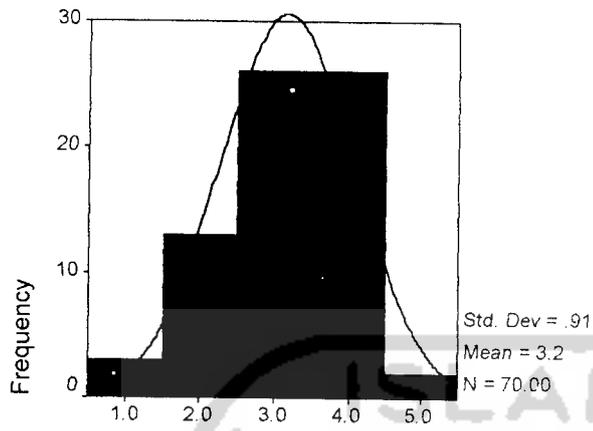
VAR00018

VAR00019



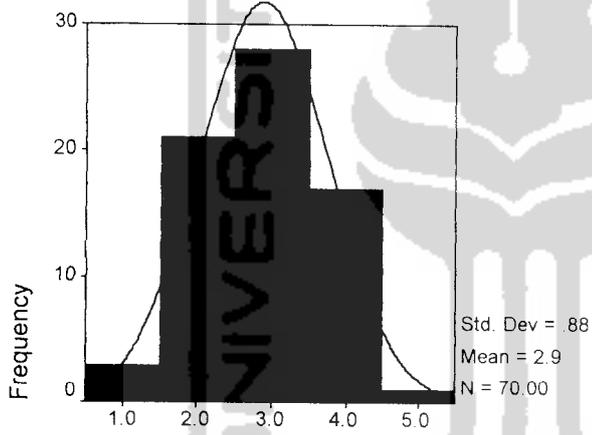
VAR00019

VAR00020



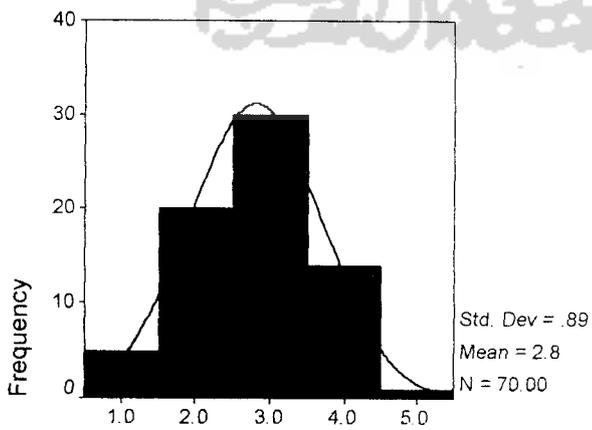
VAR00020

VAR00021



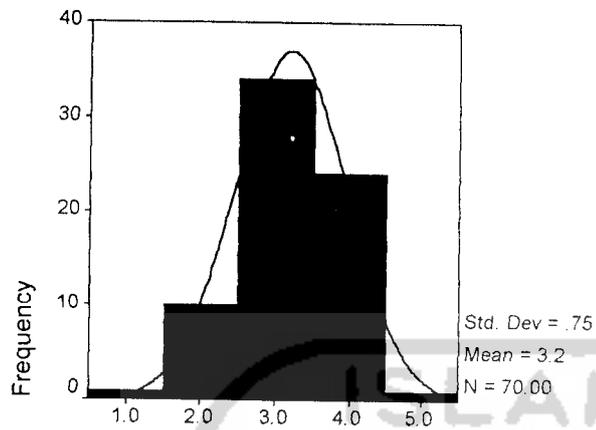
VAR00021

VAR00022



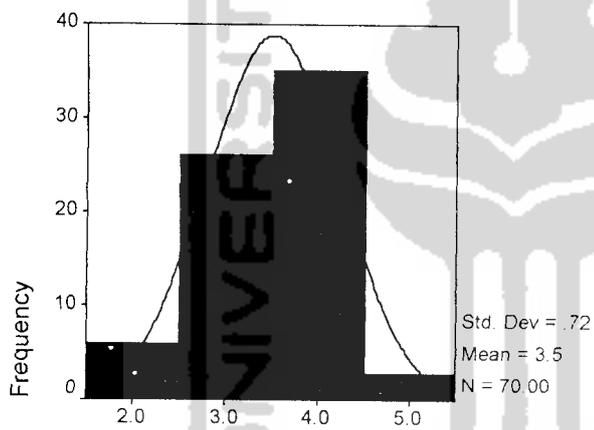
VAR00022

VAR00023



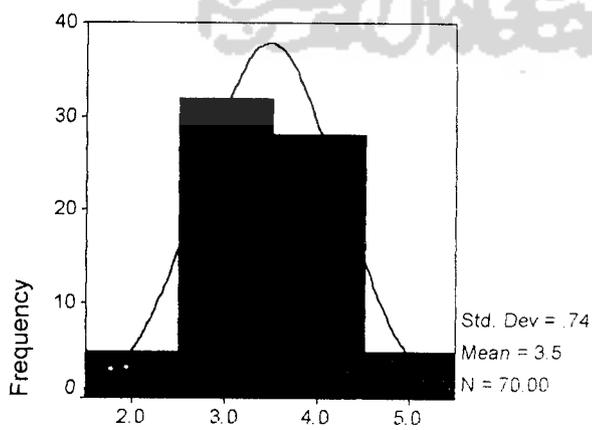
VAR00023

VAR00024

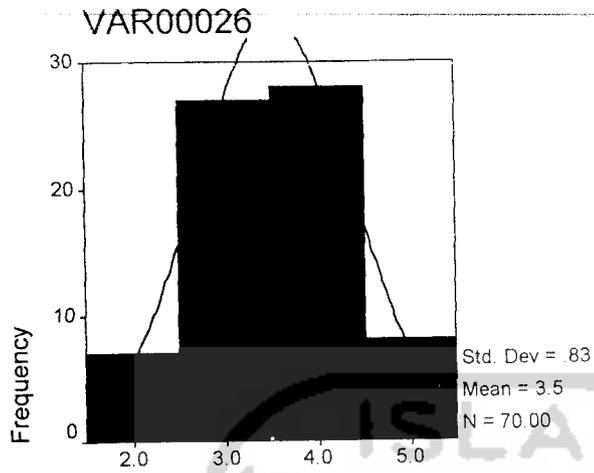


VAR00024

VAR00025



VAR00025



VAR00026



Frekuensi Harapan

Frequency Table

VAR00001

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	13	18.6	18.6	18.6
	4.00	46	65.7	65.7	84.3
	5.00	11	15.7	15.7	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00002

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	19	27.1	27.1	27.1
	4.00	41	58.6	58.6	85.7
	5.00	10	14.3	14.3	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00003

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	20	28.6	28.6	28.6
	4.00	35	50.0	50.0	78.6
	5.00	15	21.4	21.4	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00004

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	22	31.4	31.4	31.4
	4.00	41	58.6	58.6	90.0
	5.00	7	10.0	10.0	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00005

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	20	28.6	28.6	28.6
	4.00	36	51.4	51.4	80.0
	5.00	14	20.0	20.0	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00006

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	21	30.0	30.0	30.0
	4.00	35	50.0	50.0	80.0
	5.00	14	20.0	20.0	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00007

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	19	27.1	27.1	27.1
	4.00	37	52.9	52.9	80.0
	5.00	14	20.0	20.0	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00008

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	16	22.9	22.9	22.9
	4.00	33	47.1	47.1	70.0
	5.00	21	30.0	30.0	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00009

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	26	37.1	37.1	37.1
	4.00	31	44.3	44.3	81.4
	5.00	13	18.6	18.6	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00010

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	20	28.6	28.6	28.6
	4.00	35	50.0	50.0	78.6
	5.00	15	21.4	21.4	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00011

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	17	24.3	24.3	24.3
	4.00	39	55.7	55.7	80.0
	5.00	14	20.0	20.0	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00012

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	20	28.6	28.6	28.6
	4.00	37	52.9	52.9	81.4
	5.00	13	18.6	18.6	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00013

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	20	28.6	28.6	28.6
	4.00	41	58.6	58.6	87.1
	5.00	9	12.9	12.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00014

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	18	25.7	25.7	25.7
	4.00	39	55.7	55.7	81.4
	5.00	13	18.6	18.6	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00015

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	14	20.0	20.0	20.0
	4.00	40	57.1	57.1	77.1
	5.00	16	22.9	22.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00016

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	21	30.0	30.0	30.0
	4.00	37	52.9	52.9	82.9
	5.00	12	17.1	17.1	100.0
Total		70	100.0	100.0	

VAR00017

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	21	30.0	30.0	30.0
	4.00	32	45.7	45.7	75.7
	5.00	17	24.3	24.3	100.0
Total		70	100.0	100.0	

VAR00018

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	17	24.3	24.3	24.3
	4.00	41	58.6	58.6	82.9
	5.00	12	17.1	17.1	100.0
Total		70	100.0	100.0	

VAR00019

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	22	31.4	31.4	31.4
	4.00	35	50.0	50.0	81.4
	5.00	13	18.6	18.6	100.0
Total		70	100.0	100.0	

VAR00020

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	17	24.3	24.3	24.3
	4.00	40	57.1	57.1	81.4
	5.00	13	18.6	18.6	100.0
Total		70	100.0	100.0	

VAR00021

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	25	35.7	35.7	35.7
	4.00	34	48.6	48.6	84.3
	5.00	11	15.7	15.7	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00022

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	25	35.7	35.7	35.7
	4.00	29	41.4	41.4	77.1
	5.00	16	22.9	22.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00023

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	25	35.7	35.7	35.7
	4.00	38	54.3	54.3	90.0
	5.00	7	10.0	10.0	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

VAR00024

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	16	22.9	22.9	22.9
	4.00	40	57.1	57.1	80.0
	5.00	14	20.0	20.0	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

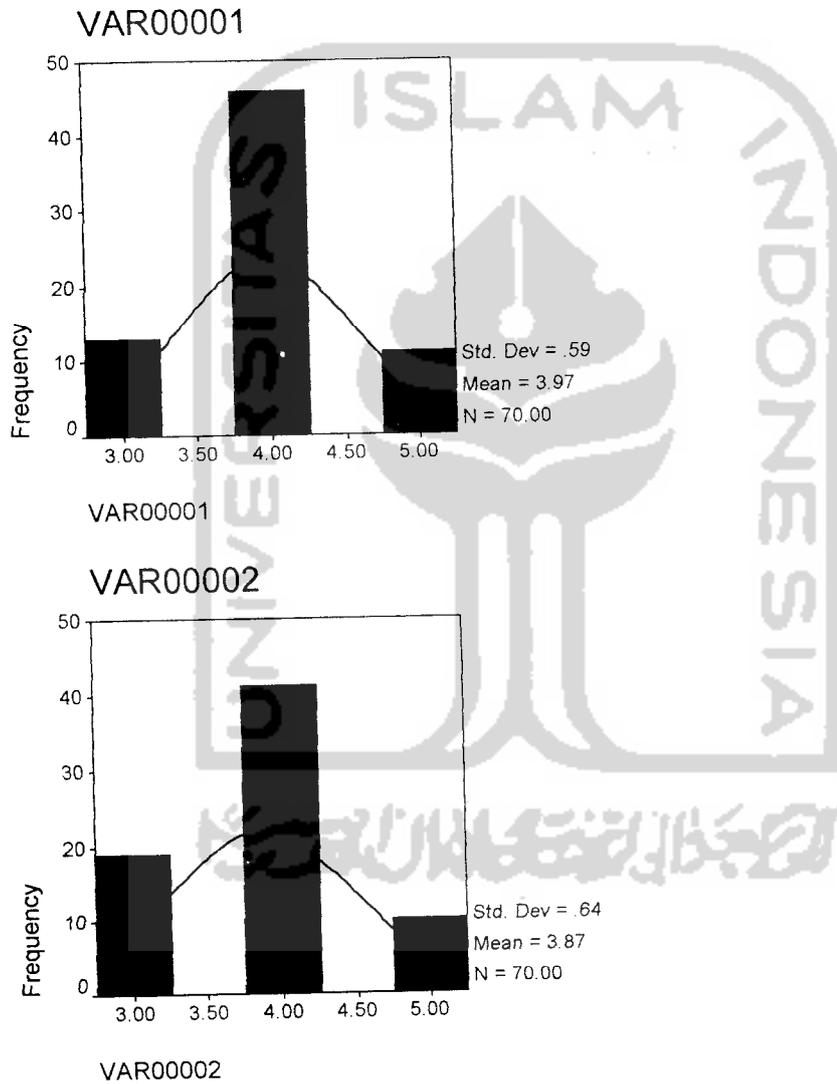
VAR00025

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	19	27.1	27.1	27.1
	4.00	42	60.0	60.0	87.1
	5.00	9	12.9	12.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

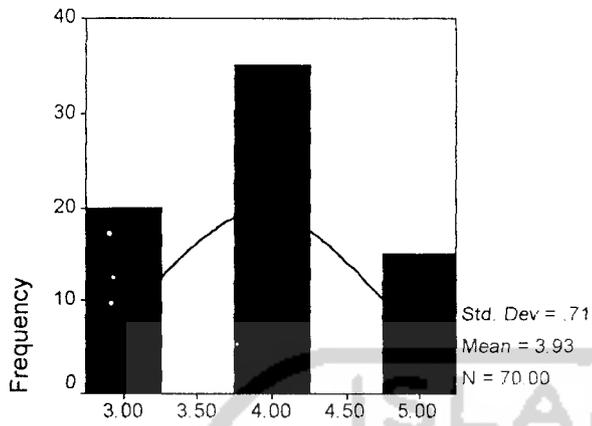
VAR00026

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	18	25.7	25.7	25.7
4.00	44	62.9	62.9	88.6
5.00	8	11.4	11.4	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Histogram

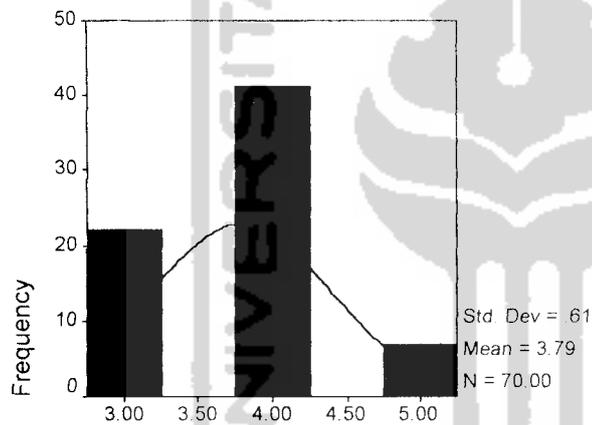


VAR00003



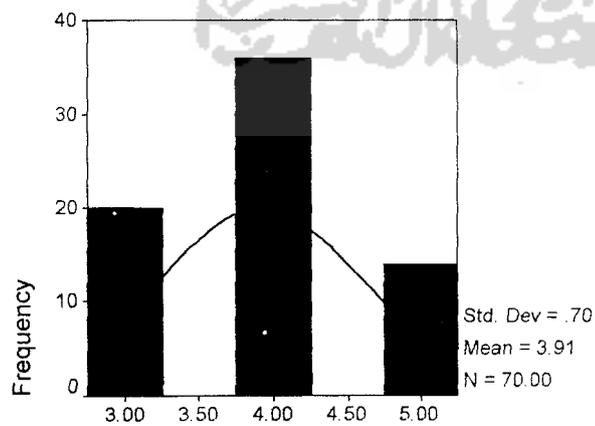
VAR00003

VAR00004



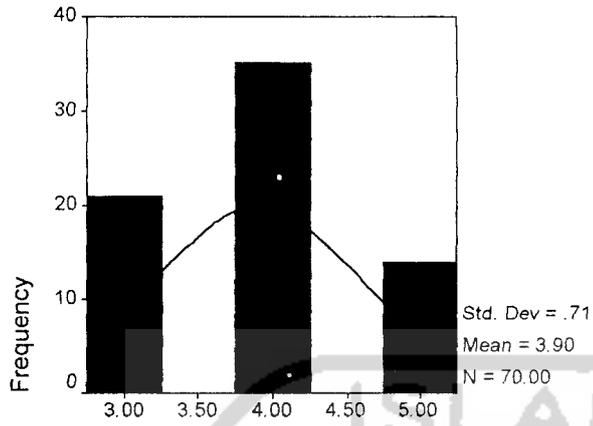
VAR00004

VAR00005



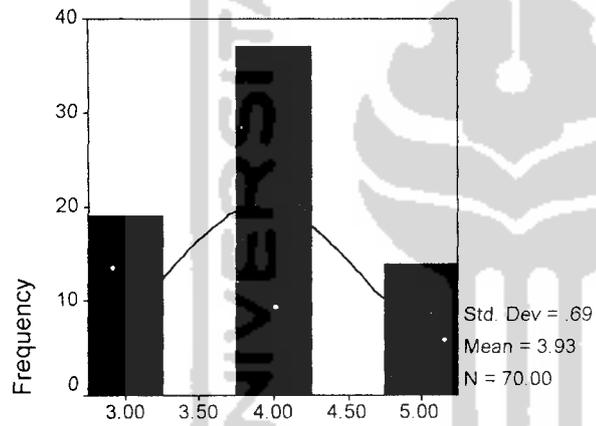
VAR00005

VAR00006



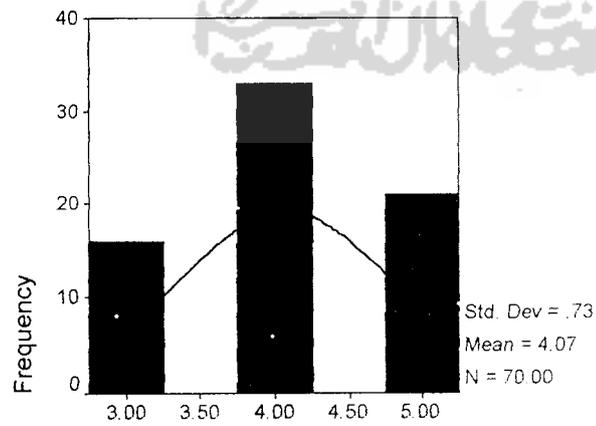
VAR00006

VAR00007



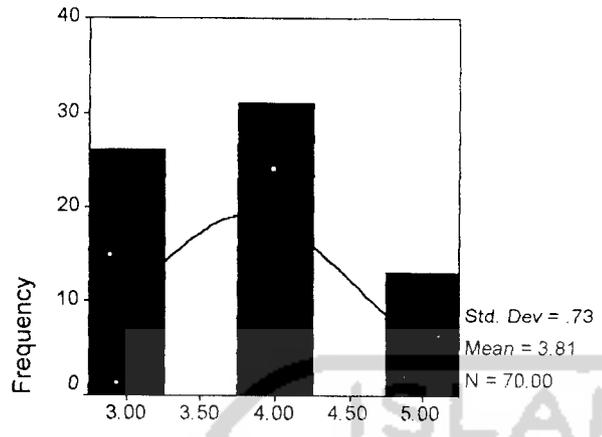
VAR00007

VAR00008



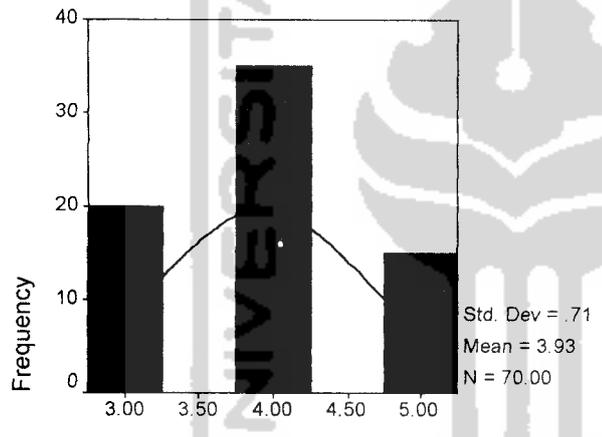
VAR00008

VAR00009



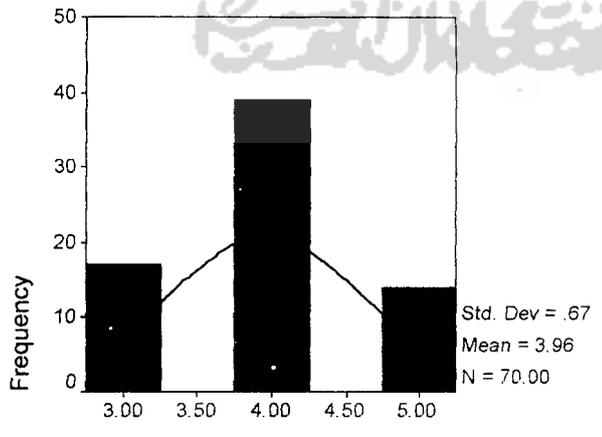
VAR00009

VAR00010



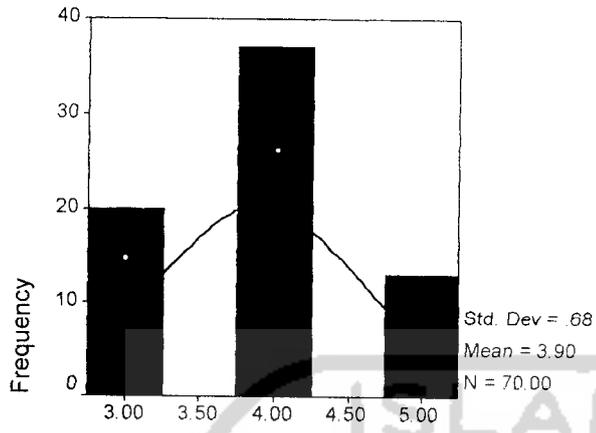
VAR00010

VAR00011



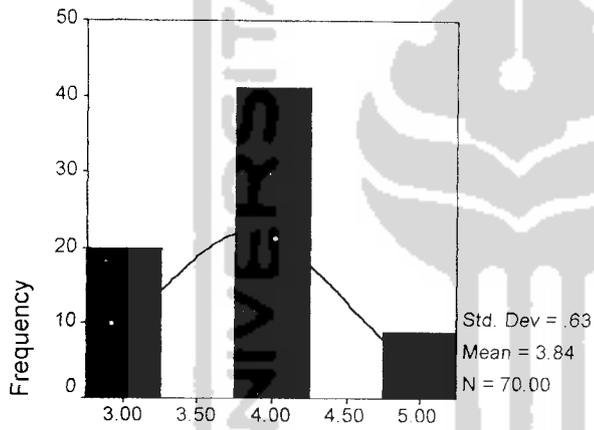
VAR00011

VAR00012



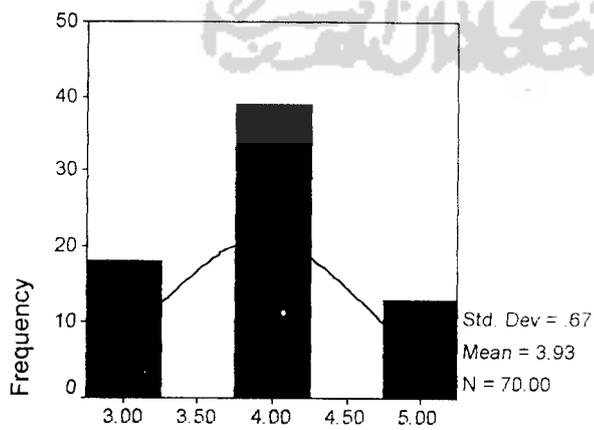
VAR00012

VAR00013



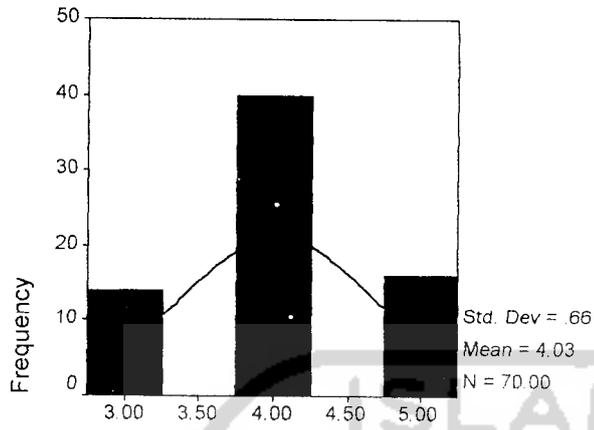
VAR00013

VAR00014



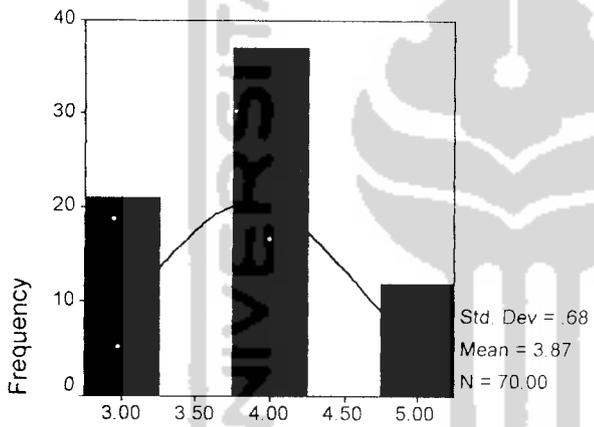
VAR00014

VAR00015



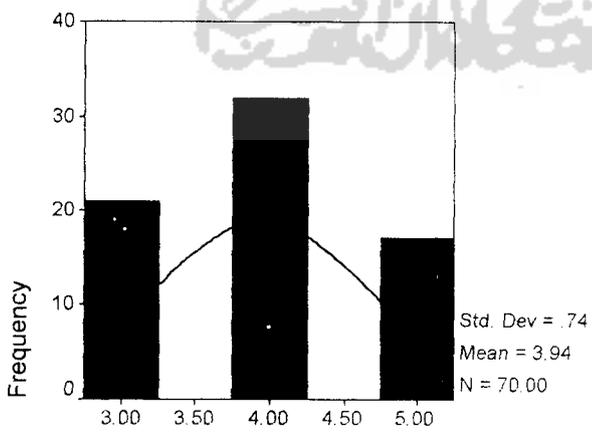
VAR00015

VAR00016



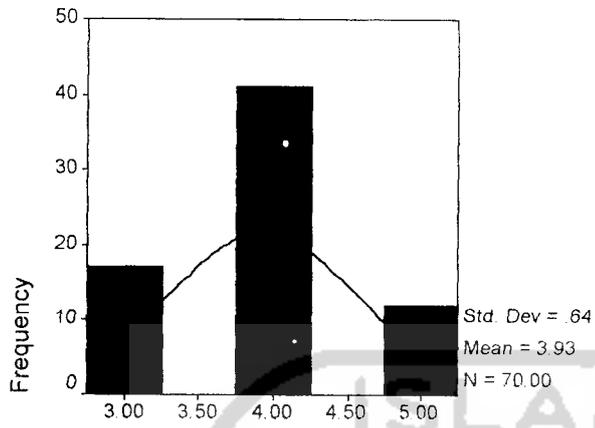
VAR00016

VAR00017



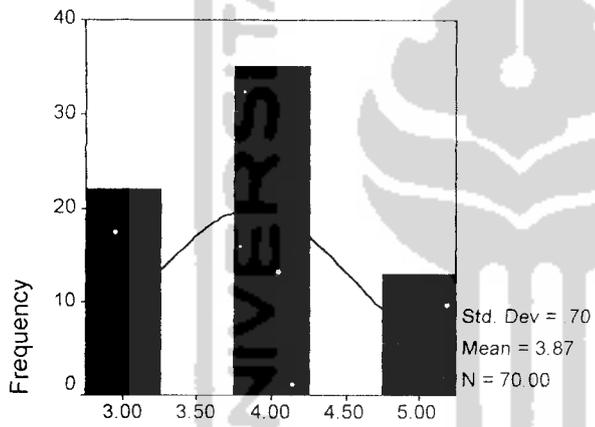
VAR00017

VAR00018



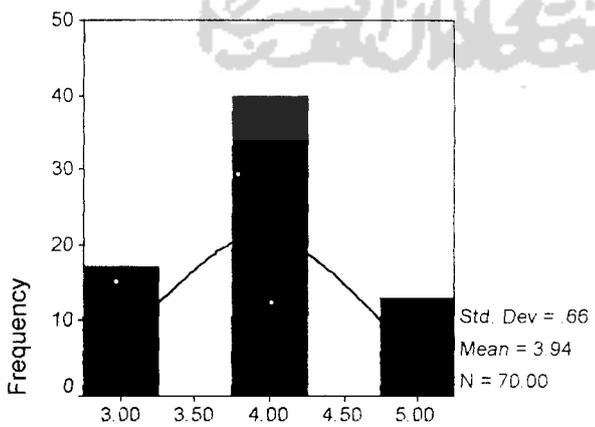
VAR00018

VAR00019



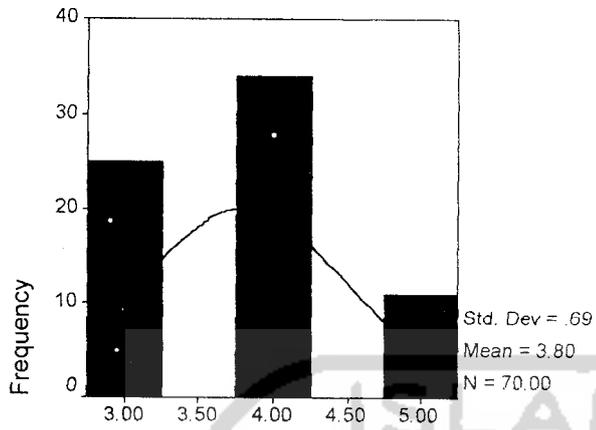
VAR00019

VAR00020



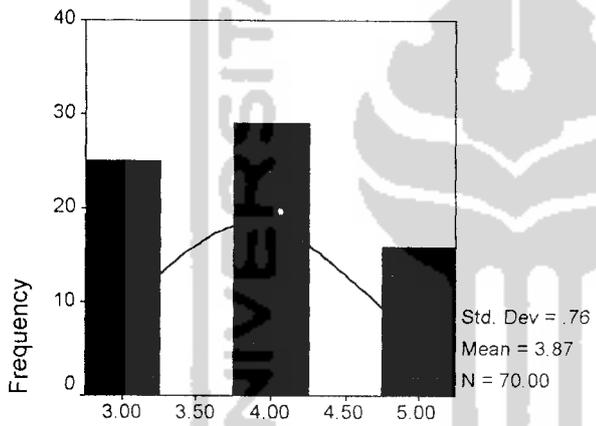
VAR00020

VAR00021



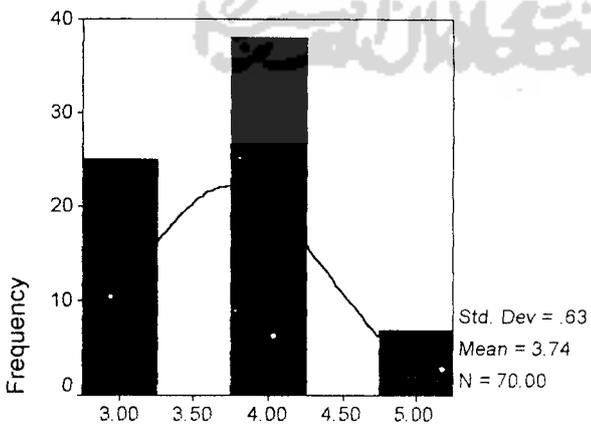
VAR00021

VAR00022



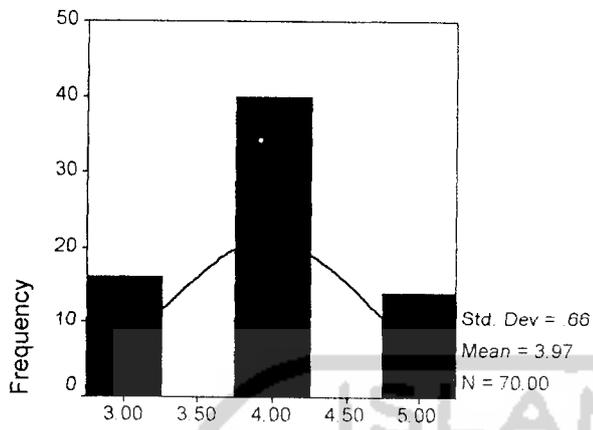
VAR00022

VAR00023



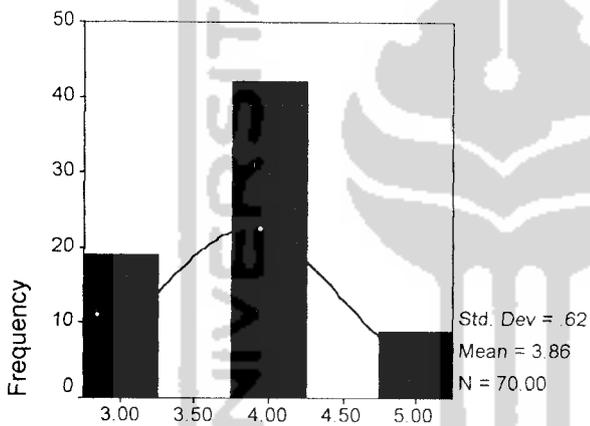
VAR00023

VAR00024



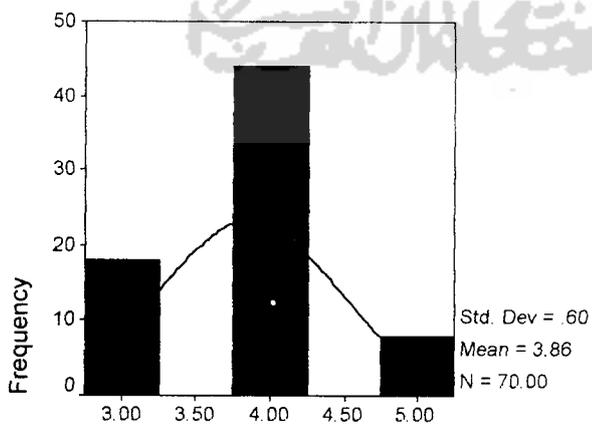
VAR00024

VAR00025



VAR00025

VAR00026



VAR00026