

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

Setelah melakukan studi literatur, langkah selanjutnya adalah pengumpulan data sesuai dengan kebutuhan. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh pengguna jasa layanan internet @*wifi.id* yang berada di *wifi corner* area PT. Telkom Kotabaru milik PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom) Witel Yogyakarta.

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Telkom merupakan BUMN yang bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia dan karenanya tunduk pada hukum dan peraturan yang berlaku di Indonesia. Dengan statusnya sebagai Perusahaan milik negara yang sahamnya diperdagangkan di bursa saham, pemegang saham mayoritas Perusahaan adalah Pemerintah Republik Indonesia sedangkan sisanya dikuasai oleh publik. Saham Perusahaan diperdagangkan di BEI, NYSE, LSE dan Public Offering Without Listing (“POWL”) di Jepang.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perusahaan adalah menyelenggarakan jaringan dan layanan telekomunikasi, informatika serta optimalisasi sumber daya Perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut di atas, Perusahaan menjalankan kegiatan usaha yang meliputi:

1. Usaha Utama

- Merencanakan, membangun, menyediakan, mengembangkan, mengoperasikan, memasarkan atau menjual/menyewakan dan memelihara jaringan telekomunikasi dan informatika dalam arti yang seluas-luasnya dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- Merencanakan, mengembangkan, menyediakan, memasarkan atau menjual dan meningkatkan layanan jasa telekomunikasi dan informatika dalam arti

- yang seluas-luasnya dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. Usaha Penunjang
- Menyediakan layanan transaksi pembayaran dan pengiriman uang melalui jaringan telekomunikasi dan informatika.
 - Menjalankan kegiatan dan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya yang dimiliki Perusahaan, antara lain pemanfaatan aset tetap dan aset bergerak, fasilitas sistem informasi, fasilitas pendidikan dan pelatihan dan fasilitas pemeliharaan dan perbaikan.

4.1.1.2 Visi, Misi dan Inisiatif Strategis Perusahaan

4.1.1.2.1 Visi Perusahaan

Menjadi Perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan *Telecommunication, Information, Media, Edutainment* dan *Services* (“TIMES”) di kawasan regional.

4.1.1.2.2 Misi Perusahaan

- Menyediakan layanan TIMES yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif. Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.
- Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

4.1.1.2.3 Inisiatif Strategi Perusahaan

1. Pusat Keunggulan.
2. Menyelaraskan struktur bisnis dan pengelolaan portofolio.
3. Percepatan implementasi broadband melalui layanan konvergen.
4. Pengelolaan portofolio nirkabel.
5. Mengintegrasikan solusi ekosistem Telkom Group.
6. Berinvestasi di layanan teknologi informasi.
7. Berinvestasi di bisnis media dan *edutainment*.
8. Berinvestasi di bisnis *wholesale* dan peluang bisnis internasional yang strategis.
9. Memaksimalkan nilai aset di bisnis yang saling terkait.
10. Mengintegrasikan *Next Generation Network* (“NGN”) dan *Operational support system, Business support system, Customer support system and Enterprise relations management* (“OBCE”) untuk mencapai penyempurnaan beban biaya.

4.1.2 Penentuan Jumlah Sampel

Dengan melakukan perhitungan data maka dapat diketahui berapa banyak jumlah sampel yang dibutuhkan. Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat ketelitian (α) 10% = 0,1; $Z^{\alpha/2} = 1,645$ maka didapatkan hasil di bawah ini dengan menggunakan rumus (Supranto 1992) :

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

Dimana :

- n = jumlah sampel
 p = proporsi sebenarnya dari populasi
 SE = *sampling error*
 $Z^{\alpha/2}$ = faktor tingkat keyakinan

Karena besarnya proporsi sampel (p) yang tidak diketahui, dan $p(1-p)$ yang juga tidak diketahui maka uji ini belum dapat dilakukan. Tetapi nilai p selalu diantara 0 sampai 1 dengan nilai p maksimum, maka :

$$f(p) = p - p^2$$

$$\frac{df(p)}{dp} = 1 - 2p$$

$$\frac{df(p)}{dp} \text{ maksimal jika } \frac{df(p)}{dp} = 0$$

$$0 = 1 - 2p$$

$$-1p = -2p$$

$$p = 0,5$$

Nilai maksimal $f(p)$ adalah $p(1-p) = 0,5(1-0,5) = 0,25$, sehingga besarnya sampel jika mengandung tingkat kepercayaan 90% dan kesalahan tidak lebih dari 10% adalah :

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

$$n = 0,5(1 - 0,5) \left[\frac{1,645}{0,1} \right]^2$$

$$n = 67,75 = 68 \text{ responden}$$

Jadi jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah 68 responden. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 70 responden.

4.1.3 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner

a. Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik jenis kelamin responden terdapat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	45	64%
Perempuan	25	36%
Total	70	100%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa pengunjung yang menggunakan layanan internet @wifi.id yang berada di wifi corner area PT. Telkom Kotabaru mayoritas adalah pengunjung berjenis kelamin laki-laki yaitu, sebanyak 64% dan sisanya sebesar 36% adalah pengunjung berjenis kelamin perempuan.

b. Usia

Deskripsi karakteristik usia responden terdapat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
< 20 tahun	7	10%
20 - 30 tahun	29	41%
30 - 40 tahun	21	30%
> 40 tahun	13	19%
Total	70	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pengunjung yang menggunakan layanan internet @*wifi.id* yang berada di *wifi corner* area PT. Telkom Kotabaru mayoritas adalah pengunjung yang berusia 20 sampai dengan 30 tahun.

c. Pekerjaan

Deskripsi karakteristik pekerjaan responden terdapat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	26	37%
Pegawai	23	33%
Wiraswasta	15	21%
Lain-Lain	6	9%
Total	70	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pengunjung yang menggunakan layanan internet @*wifi.id* yang berada di *wifi corner* area PT. Telkom Kotabaru mayoritas adalah pengunjung yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa.

d. Hasil Rekapitan Kuesioner

Data rekapitan dari hasil kuesioner yang telah disebarkan terdapat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.4 Hasil Rekapitan Kuesioner

Atribut	Total Tingkat Kepuasan	Total Tingkat Kepentingan
<i>Tangible (Bukti Fisik)</i>		
1 Memiliki jaringan internet yang baik dan tersebar luas hampir di seluruh Indonesia.	271	278
2 Desain ruangan di lokasi <i>wifi corner</i> bagus dan menarik.	257	284
3 Desain ruangan layanan <i>service center</i> bagus, nyaman dan menarik.	266	297
4 Desain ruangan pendaftaran dan pembelian <i>voucher</i> bagus, nyaman dan menarik	266	280

5	Memiliki sarana tempat parkir yang luas, bersih dan aman.	271	293
6	Memiliki peralatan penunjang (meja, kursi, tempat charger) yang sesuai.	264	283
7	Memiliki karyawan yang rapi, sopan dan baik.	288	297
Reliability (Kehandalan)			
8	Jam pelayanan, pendaftaran dan pembelian yang tepat waktu (08.00-16.00)	278	287
9	Kecepatan dan ketepatan karyawan dalam melayani pelanggan	278	287
10	Prosedur pelayanan, pendaftaran dan pembelian <i>voucher</i> yang jelas	273	287
11	Sikap adil dan tidak membeda-bedakan karyawan dalam melayani pelanggan	272	285
Responsiveness (Daya Tanggap)			
12	Kecepatan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan	268	291
13	Karyawan memberikan informasi dengan cukup jelas	271	282
Assurance (Jaminan)			
14	Kecepatan akses layanan internet hingga 100 Mbps	271	303
15	Kestabilan akses layanan internet	280	291
16	Keamanan pengunjung terjamin dalam melakukan aktivitas (memarkir kendaraan, transaksi, mengakses internet)	268	293
17	Kemudahan dalam memperoleh <i>voucher</i>	278	292
Empathy (Empati)			
18	Keterbukaan karyawan dalam menerima setiap kritik dan saran dari pelanggan	274	277
19	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan	283	292
20	Kesabaran karyawan dalam menanggapi setiap permintaan pelanggan	283	296

4.2 Pengolahan Data

4.2.1 Uji Validitas

- a. Menentukan Hipotesis

H_0 = skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor (valid)

H1 = skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktor (tidak valid)

b. Menentukan Nilai r_{tabel}

Dengan tingkat signifikansi 10%, derajat kebebasan (df) = 70 – 2 = 68, maka nilai r_{tabel} adalah 0,195

c. Menentukan Nilai r_{hitung}

Untuk menentukan hasil perhitungan r_{hitung} penulis mengolahnya dengan menggunakan bantuan *software* SPSS, langkah menentukan nilai r_{hitung} dengan menggunakan bantuan *software* SPSS adalah sebagai berikut :

1. Memasukkan seluruh koefisien atau variabel pertanyaan yang ada didalam kuesioner (X1 sampai dengan X20, dan Skor_Total) pada kolom *Name* bagian *Variable View*.
2. Memasukkan seluruh data skor kuesioner pada bagian *Data View*.
3. Mengklik *Analyze – Correlate – Bivariate*.
4. Memasukkan semua koefisien atau variabel pertanyaan yang ada di dalam kuesioner ke dalam *Variables*.
5. Pada bagian *Correlation Coefficients* pilih *Pearson*, pada bagian *Test of Significance* pilih *Two-tailed*, pilih *Flag significant correlations*.
6. Kemudian klik *OK*.

Langkah-langkah ini dilakukan hingga semua data valid. Hasil perhitungan pada *software* SPSS dapat dilihat pada nilai *Skor_Total Pearson Correlation*.

d. Membandingkan besar nilai r_{tabel} dengan r_{hitung}

Jika nilai r_{hitung} bernilai positif, serta $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H0 diterima

Jika nilai r_{hitung} bernilai positif, serta $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H0 ditolak

Jika nilai r_{hitung} bernilai negatif, serta $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H0 ditolak

e. Membuat keputusan

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan

	Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
Tangible (Bukti Fisik)				
1	Memiliki jaringan internet yang baik dan tersebar luas hampir di seluruh Indonesia.	0,467	0,195	Valid
2	Desain ruangan di lokasi <i>wifi corner</i> bagus dan menarik.	0,514	0,195	Valid

3	Desain ruangan layanan <i>service center</i> bagus, nyaman dan menarik.	0,568	0,195	Valid
4	Desain ruangan pendaftaran dan pembelian <i>voucher</i> bagus, nyaman dan menarik	0,530	0,195	Valid
5	Memiliki sarana tempat parkir yang luas, bersih dan aman.	0,357	0,195	Valid
6	Memiliki peralatan penunjang (meja, kursi, tempat charger) yang sesuai.	0,568	0,195	Valid
7	Memiliki karyawan yang rapi, sopan dan baik.	0,490	0,195	Valid
Reliability (Kehandalan)				
8	Jam pelayanan, pendaftaran dan pembelian yang tepat waktu (08.00-16.00)	0,535	0,195	Valid
9	Kecepatan dan ketepatan karyawan dalam melayani pelanggan	0,513	0,195	Valid
10	Prosedur pelayanan, pendaftaran dan pembelian <i>voucher</i> yang jelas	0,499	0,195	Valid
11	Sikap adil dan tidak membedakan karyawan dalam melayani pelanggan	0,474	0,195	Valid
Responsiveness (Daya Tanggap)				
12	Kecepatan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan	0,522	0,195	Valid
13	Karyawan memberikan informasi dengan cukup jelas	0,441	0,195	Valid
Assurance (Jaminan)				
14	Kecepatan akses layanan internet hingga 100 Mbps	0,478	0,195	Valid
15	Kestabilan akses layanan internet	0,557	0,195	Valid
16	Keamanan pengunjung terjamin dalam melakukan aktivitas (memarkir kendaraan, transaksi, mengakses internet)	0,366	0,195	Valid
17	Kemudahan dalam memperoleh <i>voucher</i>	0,344	0,195	Valid
Empathy (Empati)				
18	Keterbukaan karyawan dalam menerima setiap kritik dan saran dari pelanggan	0,446	0,195	Valid
19	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan	0,279	0,195	Valid
20	Kesabaran karyawan dalam menanggapi setiap permintaan pelanggan	0,420	0,195	Valid

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan

	Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
<i>Tangible (Bukti Fisik)</i>				
1	Memiliki jaringan internet yang baik dan tersebar luas hampir di seluruh Indonesia.	0,470	0,195	Valid
2	Desain ruangan di lokasi <i>wifi corner</i> bagus dan menarik.	0,401	0,195	Valid
3	Desain ruangan layanan <i>service center</i> bagus, nyaman dan menarik.	0,369	0,195	Valid
4	Desain ruangan pendaftaran dan pembelian <i>voucher</i> bagus, nyaman dan menarik	0,436	0,195	Valid
5	Memiliki sarana tempat parkir yang luas, bersih dan aman.	0,248	0,195	Valid
6	Memiliki peralatan penunjang (meja, kursi, tempat charger) yang sesuai.	0,420	0,195	Valid
7	Memiliki karyawan yang rapi, sopan dan baik.	0,541	0,195	Valid
<i>Reliability (Kehandalan)</i>				
8	Jam pelayanan, pendaftaran dan pembelian yang tepat waktu (08.00-16.00)	0,346	0,195	Valid
9	Kecepatan dan ketepatan karyawan dalam melayani pelanggan	0,501	0,195	Valid
10	Prosedur pelayanan, pendaftaran dan pembelian <i>voucher</i> yang jelas	0,468	0,195	Valid
11	Sikap adil dan tidak membedakan karyawan dalam melayani pelanggan	0,431	0,195	Valid
<i>Responsiveness (Daya Tanggap)</i>				
12	Kecepatan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan	0,415	0,195	Valid
13	Karyawan memberikan informasi dengan cukup jelas	0,346	0,195	Valid
<i>Assurance (Jaminan)</i>				
14	Kecepatan akses layanan internet hingga 100 Mbps	0,488	0,195	Valid
15	Kestabilan akses layanan internet	0,593	0,195	Valid
16	Keamanan pengunjung terjamin dalam melakukan aktivitas (memarkir kendaraan, transaksi, mengakses internet)	0,496	0,195	Valid
17	Kemudahan dalam memperoleh <i>voucher</i>	0,298	0,195	Valid
<i>Empathy (Empati)</i>				
18	Keterbukaan karyawan dalam menerima setiap kritik dan saran dari pelanggan	0,459	0,195	Valid

19	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan	0,389	0,195	Valid
20	Kesabaran karyawan dalam menanggapi setiap permintaan pelanggan	0,417	0,195	Valid

Berdasarkan uji validitas menggunakan *software* SPSS diatas, dapat diketahui bahwa seluruh atribut pertanyaan yang ada pada kuesioner memiliki ketepatan dan kecermatan sehingga dapat mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan pada atribut-atribut tersebut.

4.2.2 Uji Reliabilitas

a. Menentukan Hipotesis

H_0 = skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor (reliabel)

H_1 = skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktor (tidak reliabel)

b. Menentukan Nilai r_{alpha}

Untuk menentukan nilai r_{alpha} penulis mengolahnya dengan menggunakan bantuan *software* SPSS, langkah menentukan nilai r_{alpha} dengan menggunakan bantuan *software* SPSS adalah sebagai berikut :

1. Memasukkan seluruh koefisien atau variabel pertanyaan yang ada didalam kuesioner (X1 sampai dengan X20) pada kolom *Name* bagian *Variable View*.
2. Memasukkan seluruh data skor kuesioner pada bagian *Data View*.
3. Mengklik *Analyze – Scale – Reliability Analysis*.
4. Memasukkan semua koefisien atau variabel pertanyaan yang ada di dalam kuesioner ke dalam *Items*.
5. Kemudian klik *OK*.

Hasil perhitungan r_{alpha} pada *software* SPSS dapat dilihat pada nilai *Cronbach's Alpha*.

c. Membandingkan besar nilai r_{alpha}

Jikai nilai r_{alpha} bernilai positif, serta $r_{alpha} \geq 0,6$ maka H_0 diterima

Jikai nilai r_{alpha} bernilai positif, serta $r_{alpha} < 0,6$ maka H_0 ditolak

Jikai nilai r_{alpha} bernilai negatif, maka H_0 ditolak

d. Membuat keputusan

Apabila koefisien reliabilitas kurang dari 0,6 maka kuesioner dikatakan mempunyai reliabilitas yang kurang baik, sedangkan 0,7 maka kuesioner dikatakan mempunyai reliabilitas yang dapat diterima dan di atas 0,8 maka kuesioner dikatakan mempunyai reliabilitas yang baik.

Hasil perhitungan uji reliabilitas menggunakan *software* SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Status
Kepuasan	0,815	Reliabel
Kepentingan	0,763	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas dengan menggunakan *software* SPSS di atas dapat diketahui bahwa nilai alpha pada variabel kepuasan adalah sebesar 0,815 dan pada variabel kepentingan adalah sebesar 0,763. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa alat ukur (instrumen) pada penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik dan dapat diterima karena nilai alpha lebih besar dari 0,6.

4.2.3 Importance Performance Analysis (IPA)

Importance and Performance Analysis dilakukan dengan menggabungkan skor faktor tingkat kepentingan dengan tingkat kepuasan menurut pengunjung, selanjutnya perhitungan (\bar{X}) skor rata-rata tingkat kepuasan dan (\bar{Y}) skor rata-rata tingkat kepentingan dihitung dengan menggunakan bantuan *software* SPSS yang kemudian dipetakan dalam diagram kartesius yang terbagi dalam empat diagram.

Tabel 4.8 Hasil Perhitungan *Importance Performance Analysis*

	Atribut	Tingkat kepuasan (X)	Tingkat kepentin- gan (Y)	Nilai Kepuas- an	Nilai Kepentingan
<i>Tangible (Bukti Fisik)</i>					
1	Memiliki jaringan internet yang baik dan tersebar luas hampir di seluruh Indonesia.	271	278	3,87	3,97
2	Desain ruangan di lokasi <i>wifi corner</i> bagus dan menarik.	257	284	3,67	4,06
3	Desain ruangan layanan <i>service center</i> bagus, nyaman dan menarik.	266	297	3,80	4,24
4	Desain ruangan pendaftaran dan pembelian <i>voucher</i> bagus, nyaman dan menarik	266	280	3,80	4,00
5	Memiliki sarana tempat parkir yang luas, bersih dan aman.	271	293	3,87	4,19
6	Memiliki peralatan penunjang (meja, kursi, tempat charger) yang sesuai.	264	283	3,77	4,04
7	Memiliki karyawan yang rapi, sopan dan baik.	288	297	4,11	4,24
<i>Reliability (Kehandalan)</i>					
8	Jam pelayanan, pendaftaran dan pembelian yang tepat waktu (08.00-16.00)	278	287	3,97	4,10
9	Kecepatan dan ketepatan karyawan dalam melayani pelanggan	278	287	3,97	4,10
10	Prosedur pelayanan, pendaftaran dan pembelian <i>voucher</i> yang jelas	273	287	3,90	4,10
11	Sikap adil dan tidak membedakan karyawan dalam melayani pelanggan	272	285	3,89	4,07
<i>Responsiveness (Daya Tanggap)</i>					
12	Kecepatan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan	268	291	3,83	4,16
13	Karyawan memberikan informasi dengan cukup jelas	271	282	3,87	4,03
<i>Assurance (Jaminan)</i>					
14	Kecepatan akses layanan internet hingga 100 Mbps	271	303	3,87	4,33
15	Kestabilan akses layanan internet	280	291	4,00	4,16
16	Keamanan pengunjung terjamin dalam melakukan aktivitas (memarkir kendaraan, transaksi, mengakses internet)	268	293	3,83	4,19
17	Kemudahan dalam memperoleh <i>voucher</i>	278	292	3,97	4,17

<i>Empathy (Empati)</i>					
18	Keterbukaan karyawan dalam menerima setiap kritik dan saran dari pelanggan	274	277	3,91	3,96
19	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan	283	292	4,04	4,17
20	Kesabaran karyawan dalam menanggapi setiap permintaan pelanggan	283	296	4,04	4,23

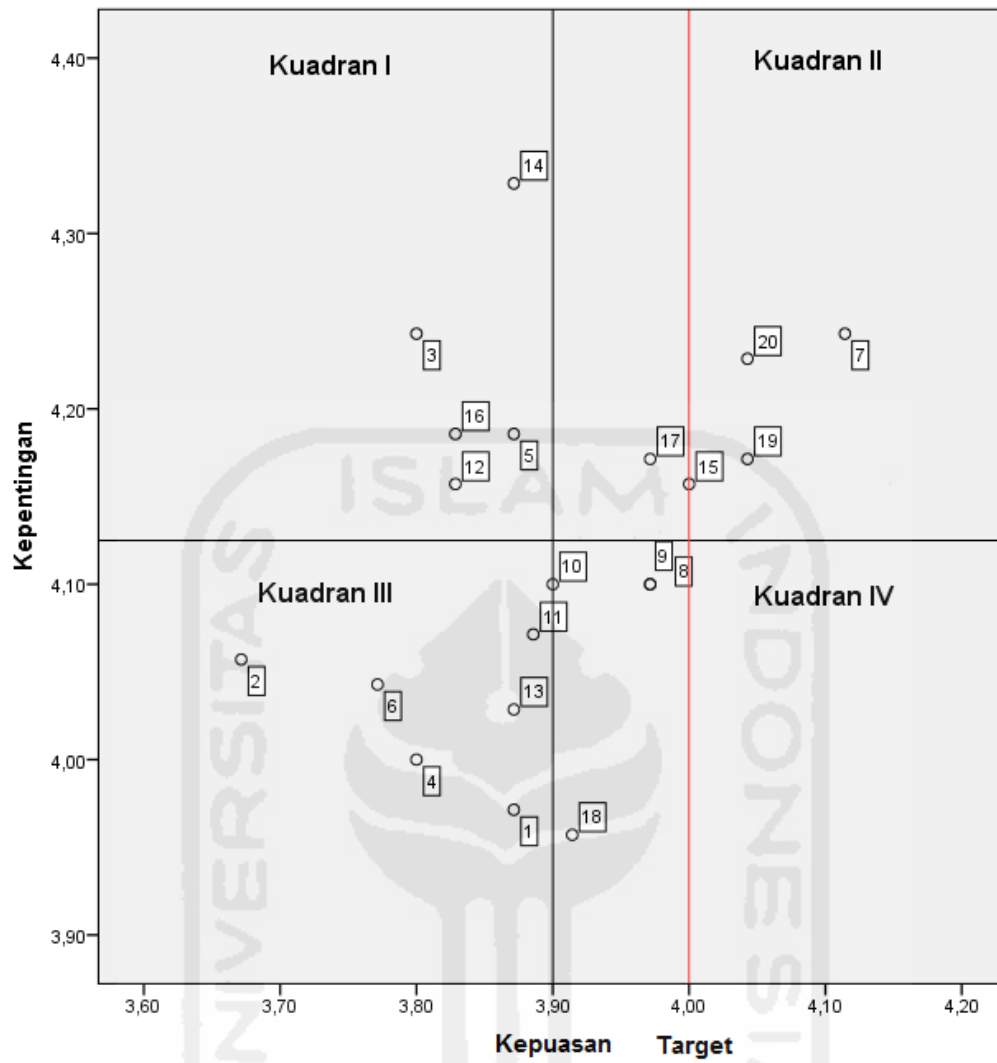
4.2.4 Diagram Kartesius

Langkah selanjutnya adalah pemetaan tiap-tiap atribut ke dalam diagram kartesius *Importance and Performance Analysis*. Diagram kartesius dibagi menjadi empat kuadran dengan garis pembagi berdasarkan nilai rata-rata tingkat kepentingan dan nilai rata-rata tingkat kepuasan.

Tabel 4.9 Rata-rata Kepuasan dan Kepentingan Atribut

Atribut		Nilai Kepuasan	Nilai Kepentingan
<i>Tangible (Bukti Fisik)</i>			
1	Memiliki jaringan internet yang baik dan tersebar luas hampir di seluruh Indonesia.	3,87	3,97
2	Desain ruangan di lokasi wifi corner bagus dan menarik.	3,67	4,06
3	Desain ruangan layanan service center bagus, nyaman dan menarik.	3,80	4,24
4	Desain ruangan pendaftaran dan pembelian voucher bagus, nyaman dan menarik	3,80	4,00
5	Memiliki sarana tempat parkir yang luas, bersih dan aman.	3,87	4,19
6	Memiliki peralatan penunjang (meja, kursi, tempat charger) yang sesuai.	3,77	4,04
7	Memiliki karyawan yang rapi, sopan dan baik.	4,11	4,24
<i>Reliability (Kehandalan)</i>			
8	Jam pelayanan, pendaftaran dan pembelian yang tepat waktu (08.00-16.00)	3,97	4,10
9	Kecepatan dan ketepatan karyawan dalam melayani pelanggan	3,97	4,10
10	Prosedur pelayanan, pendaftaran dan pembelian voucher yang jelas	3,90	4,10

	Atribut	Nilai Kepuasan	Nilai Kepentingan
11	Sikap adil dan tidak membeda-bedakan karyawan dalam melayani pelanggan	3,89	4,07
<i>Responsiveness (Daya Tanggap)</i>			
12	Kecepatan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan	3,83	4,16
13	Karyawan memberikan informasi dengan cukup jelas	3,87	4,03
<i>Assurance (Jaminan)</i>			
14	Kecepatan akses layanan internet hingga 100 Mbps	3,87	4,33
15	Kestabilan akses layanan internet	4,00	4,16
16	Keamanan pengunjung terjamin dalam melakukan aktivitas (memarkir kendaraan, transaksi, mengakses internet)	3,83	4,19
17	Kemudahan dalam memperoleh voucher	3,97	4,17
<i>Empathy (Empati)</i>			
18	Keterbukaan karyawan dalam menerima setiap kritik dan saran dari pelanggan	3,91	3,96
19	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan	4,04	4,17
20	Kesabaran karyawan dalam menanggapi setiap permintaan pelanggan	4,04	4,23



Gambar 4.1 Diagram Kartesius

4.2.5 Analisis GAP

Setelah pemetaan tiap-tiap atribut ke dalam diagram kartesius dilakukan, langkah selanjutnya yang dilakukan yaitu melakukan perhitungan analisis gap untuk mengetahui seberapa besar kesenjangan yang terjadi antara harapan/kepentingan pelanggan dengan kepuasan pelanggan, serta menentukan atribut mana yang harus diprioritaskan terlebih dahulu untuk diperbaiki dan dipertahankan.

Tabel 4.10 Perhitungan Analisis GAP

Atribut	Nilai Kepuasan	Nilai Kepentingan	Nilai GAP	
<i>Tangible (Bukti Fisik)</i>				
1	Memiliki jaringan internet yang baik dan tersebar luas hampir di seluruh Indonesia.	3,87	3,97	-0,10
2	Desain ruangan di lokasi wifi corner bagus dan menarik.	3,67	4,06	-0,39
3	Desain ruangan layanan service center bagus, nyaman dan menarik.	3,80	4,24	-0,44
4	Desain ruangan pendaftaran dan pembelian voucher bagus, nyaman dan menarik	3,80	4,00	-0,20
5	Memiliki sarana tempat parkir yang luas, bersih dan aman.	3,87	4,19	-0,31
6	Memiliki peralatan penunjang (meja, kursi, tempat charger) yang sesuai.	3,77	4,04	-0,27
7	Memiliki karyawan yang rapi, sopan dan baik.	4,11	4,24	-0,13
<i>Reliability (Kehandalan)</i>				
8	Jam pelayanan, pendaftaran dan pembelian yang tepat waktu (08.00-16.00)	3,97	4,10	-0,13
9	Kecepatan dan ketepatan karyawan dalam melayani pelanggan	3,97	4,10	-0,13
10	Prosedur pelayanan, pendaftaran dan pembelian voucher yang jelas	3,90	4,10	-0,20
11	Sikap adil dan tidak membeda-bedakan karyawan dalam melayani pelanggan	3,89	4,07	-0,19
<i>Responsiveness (Daya Tanggap)</i>				
12	Kecepatan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan	3,83	4,16	-0,33
13	Karyawan memberikan informasi dengan cukup jelas	3,87	4,03	-0,16

<i>Assurance (Jaminan)</i>				
14	Kecepatan akses layanan internet hingga 100 Mbps	3,87	4,33	-0,46
15	Kestabilan akses layanan internet	4,00	4,16	-0,16
16	Keamanan pengunjung terjamin dalam melakukan aktivitas (memarkir kendaraan, transaksi, mengakses internet)	3,83	4,19	-0,36
17	Kemudahan dalam memperoleh voucher	3,97	4,17	-0,20
<i>Empathy (Empati)</i>				
18	Keterbukaan karyawan dalam menerima setiap kritik dan saran dari pelanggan	3,91	3,96	-0,04
19	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan	4,04	4,17	-0,13
20	Kesabaran karyawan dalam menanggapi setiap permintaan pelanggan	4,04	4,23	-0,19

4.2.5 Customer Satisfaction Index (CSI)

Untuk memperoleh nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) dapat dihitung berdasarkan nilai rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dari masing-masing bobot atribut pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.11 Hasil Perhitungan *Customer Satisfaction Index*

Atribut	<i>Mean Importance Score (MIS)</i>	<i>Mean Satisfaction Score (MSS)</i>	<i>Weight Factors (WF)</i>	<i>Weight Score (WS)</i>	CSI	
<i>Tangible (Bukti Fisik)</i>						
1	Memiliki jaringan internet yang baik dan tersebar luas hampir di seluruh Indonesia.	3,97	3,87	0,048	0,186	0,037
2	Desain ruangan di lokasi wifi corner bagus dan menarik.	4,06	3,67	0,049	0,181	0,036
3	Desain ruangan layanan service center bagus, nyaman dan menarik.	4,24	3,80	0,051	0,195	0,039
4	Desain ruangan pendaftaran dan pembelian voucher bagus, nyaman dan menarik	4,00	3,80	0,048	0,184	0,037
5	Memiliki sarana tempat parkir yang luas, bersih dan aman.	4,19	3,87	0,051	0,196	0,039
6	Memiliki peralatan penunjang (meja, kursi, tempat charger) yang sesuai.	4,04	3,77	0,049	0,185	0,037

	Atribut	Mean Importance Score (MIS)	Mean Satisfaction Score (MSS)	Weight Factors (WF)	Weight Score (WS)	CSI
7	Memiliki karyawan yang rapi, sopan dan baik.	4,24	4,11	0,051	0,212	0,042
Reliability (Kehandalan)						
8	Jam pelayanan, pendaftaran dan pembelian yang tepat waktu (08.00-16.00)	4,10	3,97	0,050	0,197	0,039
9	Kecepatan dan ketepatan karyawan dalam melayani pelanggan	4,10	3,97	0,050	0,197	0,039
10	Prosedur pelayanan, pendaftaran dan pembelian voucher yang jelas	4,10	3,90	0,050	0,194	0,039
11	Sikap adil dan tidak membedakan karyawan dalam melayani pelanggan	4,07	3,89	0,049	0,192	0,038
Responsiveness (Daya Tanggap)						
12	Kecepatan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan	4,16	3,83	0,050	0,193	0,039
13	Karyawan memberikan informasi dengan cukup jelas	4,03	3,87	0,049	0,189	0,038
Assurance (Jaminan)						
14	Kecepatan akses layanan internet hingga 100 Mbps	4,33	3,87	0,052	0,203	0,041
15	Kestabilan akses layanan internet	4,16	4,00	0,050	0,202	0,040
16	Keamanan pengunjung terjamin dalam melakukan aktivitas (memarkir kendaraan, transaksi, mengakses internet)	4,19	3,83	0,051	0,194	0,039
17	Kemudahan dalam memperoleh voucher	4,17	3,97	0,051	0,201	0,040
Empathy (Empati)						
18	Keterbukaan karyawan dalam menerima setiap kritik dan saran dari pelanggan	3,96	3,91	0,048	0,188	0,038
19	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan	4,17	4,04	0,051	0,204	0,041
20	Kesabaran karyawan dalam menanggapi setiap permintaan pelanggan	4,23	4,04	0,051	0,207	0,041
	Jumlah	82,50			3,90	
Total Customer Satisfaction Index (CSI)			0,78			