

BAB IV

ANALISIS DATA

Pada bab ini akan dilakukan analisis terhadap semua data yang diperoleh dari hasil penelitian. Agar suatu penelitian dapat dimengerti dan mencapai tujuan yang dikehendaki, maka data yang diperoleh perlu diadakan analisis. Sebab pada dasarnya analisis data merupakan penguraian lebih lanjut dari data agar bisa diperbandingkan atau bisa juga berarti untuk memperhitungkan besarnya hubungan antara nilai variabel yang satu dengan nilai variabel yang lain. Sehingga bisa ditarik kesimpulan-kesimpulan yang berguna sebagai dasar untuk membuat keputusan-keputusan.

Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen pengguna jasa Pelayanan Telekomunikasi (Yantel) di DISTEL DIJ. Dalam penelitian ini, peneliti membuat kuisisioner sebanyak 100 buah yang disebarakan kepada responden. Dalam penelitian ini, analisis data yang dipakai menggunakan analisis deskriptif yaitu analisis yang didasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari para responden dengan menggunakan *House of Quality*. Dalam hal ini, karakteristik responden yang diteliti meliputi usia , jenis kelamin, pendidikan, dan tempat tinggal yang merupakan hubungan penilaian variabel-variabel yang mempengaruhi harapan dan persepsi konsumen terhadap Yantel DISTEL DIJ.

4.1 ANALISIS KARAKTERISTIK RESPONDEN

- **Jenis Kelamin Responden**

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri atas dua kelompok yaitu kelompok laki-laki dan perempuan.

Tabel 4-1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	44	44 %
Perempuan	56	56 %
Total	100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah

Dari data di atas menunjukkan bahwa pelanggan Yantel DISTEL DIJ mayoritas adalah perempuan yaitu sebanyak 56 orang atau sebesar 56 % dan sisanya sebanyak 44 orang atau sebesar 44% adalah laki-laki.

- **Usia Responden**

Beda usia responden terdiri atas 5 kelompok yaitu kelompok usia kurang dari 20 tahun, 20-29 tahun, 30-39 tahun, 40-49 tahun, dan kelompok lebih dari 50 tahun.

Tabel 4-2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	6	6 %
20-29 tahun	56	56 %
30-39 tahun	23	23 %
40-49 tahun	15	15 %
> 50 tahun	0	0
Total	100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah

Dari data di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia antara 20-29 tahun, yaitu sebesar 56 % (56 orang), sedang yang berusia 30-39 tahun adalah sebesar 23 % (23 orang). Distribusi usia yang lain yaitu usia antara kurang dari 20 tahun adalah sebesar 6 % (6 orang), berusia 40-49 tahun adalah sebesar 15 % (15 orang), dan usia lebih dari 50 tahun adalah nol (tidak ada responden yang berusia lebih dari 50 tahun).

Mayoritas responden yang terbanyak adalah usia 20-29 tahun di mana responden tersebut lebih sering mendatangi yantel dengan maksud untuk melakukan kegiatan/transaksi dalam telekomunikasi.

- **Tingkat Pendidikan Terakhir**

Berdasarkan tingkat pendidikan responden, terdiri atas 6 kelompok yaitu kelompok SD, SMP, SMU, Sarjana (S1), Master (S2), dan Doktor (S3).

Tabel 4-3

Karakteristik responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	0	0
SMP	0	0
SMU	36	36 %
Sarjana (S1)	51	51 %
Master (S2)	13	13 %
Doktor (S3)	0	0
Total	100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah

Data di atas menunjukkan bahwa tingkat pendidikan pelanggan Yantel DISTEL DIJ mayoritas adalah berpendidikan Sarjana (S1) yaitu sebesar 51 % (51 orang). Sedang distribusi tingkat pendidikan yang lain adalah berpendidikan SMU 36 % (36 orang) dan berpendidikan Master (S2) 13 % (13 orang). Sedang berpendidikan SD, SMP dan Doktor (S3) adalah nol (tidak ada responden yang berpendidikan ketiga kelompok yang disebutkan dalam ketiga kelompok tersebut).

4.2 ANALISA KUANTITATIF

4.2.1 Pengujian Instrumen

Pengujian instrumen atau alat yang digunakan menjangkau data penelitian adalah kuisisioner. Uji instrumen yaitu validitas dan reliabilitas akan memberikan hasil yang dapat menjelaskan apakah kuisisioner yang digunakan memenuhi syarat atau tidak. Sesuai dengan metodologi yang sudah dikemukakan di depan, instrumen dikatakan memenuhi syarat apabila dipenuhi syarat sah dan andal, yaitu bila hasil koefisien korelasi validitas dan koefisien keandalan yang diperoleh lebih besar dari harga korelasi minimum atau r - tabel yaitu sebesar 0,239.

4.2.2 Pengujian Validitas

Pengujian Validitas Faktor Fisik – Harapan

Faktor fisik-harapan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan 4 butir pertanyaan (pertanyaan no. 1-4 dalam kuisisioner). Hasil uji validitas memberikan hasil yang diringkas pada tabel :

Tabel 4.4

Uji Validitas Faktor Fisik – Harapan

Item	r-bt	r-tabel	Keterangan
1	0.986	0.239	Rtes > r tabel Shahih
2	0.949	0.239	Rtes > r tabel Shahih
3	0.951	0.239	Rtes > r tabel Shahih
4	0.949	0.239	Rtes > r tabel Shahih

Dari nilai koefisien korelasi butir yang signifikan pada tabel, terlihat bahwa masing-masing butir pertanyaan mempunyai nilai koefisien korelasi butir (r-bt) yang lebih besar dari koefisien korelasi kritis (r-tabel). Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing butir yang terdapat dalam faktor fisik-harapan dapat dinyatakan valid atau shahih.

Pengujian Validitas Faktor Keandalan – Harapan

Faktor keandalan-harapan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan 5 butir pertanyaan (pertanyaan no. 5-9 dalam kuisioner). Hasil uji validitas memberikan hasil yang diringkas pada tabel :

Tabel 4.5

Uji Validitas Faktor Keandalan – Harapan

Item	r-bt	r-tabel	Keterangan
1	0.895	0.239	Rtes > r tabel Shahih
2	0.967	0.239	Rtes > r tabel Shahih
3	0.983	0.239	Rtes > r tabel Shahih
4	0.983	0.239	Rtes > r tabel Shahih
5	0.963	0.239	Rtes > r tabel Shahih

Dari nilai koefisien korelasi butir yang signifikan pada tabel, terlihat bahwa masing-masing butir pertanyaan mempunyai nilai koefisien korelasi butir (r-bt) yang lebih besar dari koefisien korelasi kritis (r-tabel). Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing butir yang terdapat dalam faktor fisik-harapan dapat dinyatakan valid atau shahih.

Pengujian Validitas Faktor Daya Tanggap – Harapan

Faktor daya tanggap-harapan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan 4 butir pertanyaan (pertanyaan no. 10-13 dalam kuisisioner). Hasil uji validitas memberikan hasil yang diringkas pada tabel :

Tabel 4.6

Uji Validitas Faktor Daya Tanggap – Harapan

Item	r-bt	r-tabel	Keterangan
1	0.968	0.239	Rtes > r tabel Shahih
2	0.988	0.239	Rtes > r tabel Shahih
3	0.987	0.239	Rtes > r tabel Shahih
4	0.987	0.239	Rtes > r tabel Shahih

Dari nilai koefisien korelasi butir yang signifikan pada tabel, terlihat bahwa masing-masing butir pertanyaan mempunyai nilai koefisien korelasi butir (r-bt) yang lebih besar dari koefisien korelasi kritis (r-tabel). Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing butir yang terdapat dalam faktor fisik-harapan dapat dinyatakan valid atau shahih.

Pengujian Validitas Faktor Jaminan – Harapan

Faktor jaminan-harapan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan 4 butir pertanyaan (pertanyaan no. 14-17 dalam kuisisioner). Hasil uji validitas memberikan hasil yang diringkas pada tabel :

Tabel 4.7

Uji Validitas Faktor Jaminan- Harapan

Item	r-bt	r-tabel	Keterangan
1	0.840	0.239	Rtes > r tabel Shahih
2	0.781	0.239	Rtes > r tabel Shahih
3	0.871	0.239	Rtes > r tabel Shahih
4	0.780	0.239	Rtes > r tabel Shahih

Dari nilai koefisien korelasi butir yang signifikan pada tabel, terlihat bahwa masing-masing butir pertanyaan mempunyai nilai koefisien korelasi butir (r-bt) yang lebih besar dari koefisien korelasi kritis (r-tabel). Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing butir yang terdapat dalam faktor fisik-harapan dapat dinyatakan valid atau shahih.

Pengujian Validitas Faktor Empati – Harapan

Faktor fisik-harapan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan 5 butir pertanyaan (pertanyaan no. 18-22 dalam kuisisioner). Hasil uji validitas memberikan hasil yang diringkas pada tabel :

Tabel 4.8

Uji Validitas Faktor Empati – Harapan

Item	r-bt	r-tabel	Keterangan
1	0.583	0.239	Rtes > r tabel Shahih
2	0.822	0.239	Rtes > r tabel Shahih
3	0.742	0.239	Rtes > r tabel Shahih
4	0.752	0.239	Rtes > r tabel Shahih
5	0.765	0.239	Rtes > r tabel Shahih

Dari nilai koefisien korelasi butir yang signifikan pada tabel, terlihat bahwa masing-masing butir pertanyaan mempunyai nilai koefisien korelasi butir (r-bt) yang lebih besar dari koefisien korelasi kritis (r-tabel). Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing butir yang terdapat dalam faktor fisik-harapan dapat dinyatakan valid atau shahih.

Pengujian Validitas Faktor Fisik – Persepsi

Faktor fisik-persepsi pada penelitian ini diukur dengan menggunakan 4 butir pertanyaan (pertanyaan no. 1-4 dalam kuisisioner). Hasil uji validitas memberikan hasil yang diringkas pada tabel :

Tabel 4.9

Uji Validitas Faktor Fisik – Persepsi

Item	r-bt	r-tabel	Keterangan
1	0.573	0.239	Rtes > r tabel Shahih
2	0.621	0.239	Rtes > r tabel Shahih
3	0.689	0.239	Rtes > r tabel Shahih
4	0.702	0.239	Rtes > r tabel Shahih

Dari nilai koefisien korelasi butir yang signifikan pada tabel, terlihat bahwa masing-masing butir pertanyaan mempunyai nilai koefisien korelasi butir (r-bt) yang lebih besar dari koefisien korelasi kritis (r-tabel). Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing butir yang terdapat dalam faktor fisik-harapan dapat dinyatakan valid atau shahih.

Pengujian Validitas Faktor Keandalan – Persepsi

Faktor keandalan-persepsi pada penelitian ini diukur dengan menggunakan 5 butir pertanyaan (pertanyaan no. 5-9 dalam kuisisioner). Hasil uji validitas memberikan hasil yang diringkas pada tabel :

Tabel 4.10

Uji Validitas Faktor Keandalan – Persepsi

Item	r-bt	r-tabel	Keterangan
1	0.873	0.239	Rtes > r tabel Shahih
2	0.941	0.239	Rtes > r tabel Shahih
3	0.951	0.239	Rtes > r tabel Shahih
4	0.927	0.239	Rtes > r tabel Shahih
5	0.851	0.239	Rtes > r tabel Shahih

Dari nilai koefisien korelasi butir yang signifikan pada tabel, terlihat bahwa masing-masing butir pertanyaan mempunyai nilai koefisien korelasi butir (r-bt) yang lebih besar dari koefisien korelasi kritis (r-tabel). Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing butir yang terdapat dalam faktor fisik-harapan dapat dinyatakan valid atau shahih.

Pengujian Validitas Faktor Daya Tanggap – Persepsi

Faktor daya tanggap-persepsi pada penelitian ini diukur dengan menggunakan 4 butir pertanyaan (pertanyaan no. 10-13 dalam kuisisioner). Hasil uji validitas memberikan hasil yang diringkas pada tabel :

Tabel 4.11

Uji Validitas Faktor Daya Tanggap – Persepsi

Item	r-bt	r-tabel	Keterangan
1	0.985	0.239	Rtes > r tabel Shahih
2	0.985	0.239	Rtes > r tabel Shahih
3	0.985	0.239	Rtes > r tabel Shahih
4	0.962	0.239	Rtes > r tabel Shahih

Dari nilai koefisien korelasi butir yang signifikan pada tabel, terlihat bahwa masing-masing butir pertanyaan mempunyai nilai koefisien korelasi butir (r-bt) yang lebih besar dari koefisien korelasi kritis (r-tabel). Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing butir yang terdapat dalam faktor fisik-harapan dapat dinyatakan valid atau shahih.

Pengujian Validitas Faktor Jaminan – Persepsi

Faktor jaminan-persepsi pada penelitian ini diukur dengan menggunakan 4 butir pertanyaan (pertanyaan no. 14-17 dalam kuisisioner). Hasil uji validitas memberikan hasil yang diringkas pada tabel :

Tabel 4.12

Uji Validitas Faktor Jaminan – Persepsi

Item	r-bt	r-tabel	Keterangan
1	0.924	0.239	Rtes > r tabel Shahih
2	0.973	0.239	Rtes > r tabel Shahih
3	0.972	0.239	Rtes > r tabel Shahih
4	0.922	0.239	Rtes > r tabel Shahih

Dari nilai koefisien korelasi butir yang signifikan pada tabel, terlihat bahwa masing-masing butir pertanyaan mempunyai nilai koefisien korelasi butir (r-bt) yang lebih besar dari koefisien korelasi kritis (r-tabel). Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing butir yang terdapat dalam faktor fisik-harapan dapat dinyatakan valid atau shahih.

Pengujian Validitas Faktor Empati – Persepsi

Faktor empati-persepsi pada penelitian ini diukur dengan menggunakan 5 butir pertanyaan (pertanyaan no. 18-22 dalam kuisisioner). Hasil uji validitas memberikan hasil yang diringkas pada tabel :

Tabel 4.13

Uji Validitas Faktor Empati – Persepsi

Item	r-bt	r-tabel	Keterangan
1	0.949	0.239	Rtes > r tabel Shahih
2	0.968	0.239	Rtes > r tabel Shahih
3	0.968	0.239	Rtes > r tabel Shahih
4	0.973	0.239	Rtes > r tabel Shahih
5	0.916	0.239	Rtes > r tabel Shahih

Dari nilai koefisien korelasi butir yang signifikan pada tabel, terlihat bahwa masing-masing butir pertanyaan mempunyai nilai koefisien korelasi butir (r-bt) yang lebih besar dari koefisien korelasi kritis (r-tabel). Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing butir yang terdapat dalam faktor fisik-harapan dapat dinyatakan valid atau shahih.

4.2.3 Pengujian Reliabilitas

Setelah semua item pertanyaan diuji validitasnya dan sudah terbukti valid, selanjutnya perlu dilakukan pengujian reliabilitas untuk mengetahui atau mendapatkan jaminan bahwa kuisioner ini akan memberikan hasil yang tetap valid bila dipakai lagi.

Tabel 4.14

Uji Reliabilitas Metode Alpha

Faktor	Koefisien Alpha (r-tt)	R-tabel	Keterangan
Fisik - Harapan	0.984	0.239	r-tt > r-tabel Andal
Keandalan - Harapan	0.986	0.239	r-tt > r-tabel Andal
Daya Tanggap - Harapan	0.993	0.239	r-tt > r-tabel Andal
Jaminan - Harapan	0.921	0.239	r-tt > r-tabel Andal
Empati - Harapan	0.887	0.239	r-tt > r-tabel Andal
Fisik - Persepsi	0.824	0.239	r-tt > r-tabel Andal
Keandalan - Persepsi	0.967	0.239	r-tt > r-tabel Andal
Daya Tanggap - Persepsi	0.992	0.239	r-tt > r-tabel Andal
Jaminan - Persepsi	0.979	0.239	r-tt > r-tabel Andal
Empati - Persepsi	0.985	0.239	r-tt > r-tabel Andal

4.3 ANALISIS DESKRIPTIF KUALITAS PELAYANAN

Analisis yang digunakan untuk memperoleh gambaran tentang karakteristik konsumen yang akan diteliti (responden) dengan mendeskripsikan

skor dari suatu ubahan atau faktor yang ada didapatkan suatu gambaran tentang permasalahan yang akan diajukan dalam penelitian ini.

Metode analisis yang digunakan untuk mencari kualitas pelayanan pada Pelayanan Telekomunikasi (Yantel) DISTEL DIJ adalah mencari *gap* (kesenjangan) yang terjadi antara Persepsi Pelanggan (PP) dengan Harapan Pelanggan (HP). Oleh karena itu, langkah awal yang harus dilakukan adalah dengan mencari data kebutuhan dan keinginan pelanggan baik dari responden (konsumen) Yantel maupun karyawan perusahaan. Diperoleh 6 atribut primer, yakni taman parkir, unit informasi, unit Yantel, administrasi Yantel, ruang tunggu, dan keamanan. Masing-masing atribut ini diperluas lagi dalam atribut sekunder, di mana berusaha mengungkap 5 variabel jasa, yakni *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. (Zeithamal, dkk, 1985). Lima variabel ini juga lebih dikenal dengan dengan nama lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Tangibles* : kebutuhan pelanggan yang berfokus pada barang atau jasa, yang berkaitan dengan tampilan secara fisik.
2. *Reliability* : pemenuhan janji pelayanan segera dan memuaskan dari perusahaan atau organisasi.
3. *Responsiveness* : pemberian pelayanan secara cepat dan tanggap.
4. *Assurance* : jaminan kepada para pelanggan.
5. *Empathy* : kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan pemahaman atas kebutuhan para pelanggan.

Customer Requirements atas primer dan sekunder :

INFORMASI

Staf Yantel ramah dan sopan
Penampilan staf Yantel rapi dan sopan
Kemauan staf Yantel untuk memberikan tanggapan
Kemampuan staf Yantel dalam memberikan informasi secara
baik, benar, dan akurat
Tersedianya informasi Yantel dalam bentuk brosur dan *leaflet*

TAMAN PARKIR

Tempat parkir luas dan aman
Petugas parkir ramah dan sopan
Taman yang indah dan terawat

YANTEL

Karyawan yang ramah dan sopan
Penampilan karyawan yang rapi dan sopan
Kerjasama yang baik di antara karyawan Yantel
Jumlah karyawan yang cukup untuk melayani
Kemauan karyawan untuk memberikan tanggapan
Karyawan mampu memberikan informasi dengan baik,
benar, dan akurat
Kemampuan karyawan dalam memberikan penjelasan
tentang Yantel dengan jelas dan lengkap
Disiplin kerja yang baik
Standar berbahasa yang memadai

KEAMANAN

Staf Yantel yang ramah dan sopan
Kemauan staf Yantel untuk memberikan tanggapan
Staf Yantel yang tegas dalam menangani permasalahan yang
timbul
Adanya rasa aman yang diberikan petugas keamanan
Tersedianya pos keamanan

ADMINISTRASI YANTEL

Kemudahan mendapatkan *print out* telepon
Kemudahan mengetahui tersedianya jaringan sambungan
telepon dan daerah jaringan tersebut berada
Tersedianya informasi jumlah pembayaran pemasangan
telepon baru

Hasil dari atribut-atribut ini akan menjadi *Customer Requirements (CR)*.

Customer Requirements atas 5 dimensi kualitas :

a. *Tangibles*

Tempat parkir, taman yang indah, penampilan karyawan, jumlah karyawan, informasi mendapatkan *print out* telepon, kebersihan ruang tunggu, ventilasi, pendingin ruangan, penerang ruangan, sarana hiburan dan informasi, tempat sampah, ruang tunggu yang luas, ruang tunggu yang tenang, tempat duduk, tata letak tempat duduk, kotak saran, rak untuk brosur dan *leaflet*, toilet, tanaman interior, dan pos keamanan.

b. Reliability

Kerjasama karyawan , informasi mendapatkan *print out*, informasi tersedianya jaringan sambungan telepon dan daerah jaringan telepon tersebut berada.

c. Responsiveness

Kemauan karyawan untuk memberikan tanggapan.

d. Assurance

Karyawan yang ramah dan sopan, kemampuan karyawan dalam memberikan penjelasan unit Yantel, disiplin kerja, karyawan yang tegas dalam menangani permasalahan, adanya rasa aman.

e. Empathy

Kemampuan karyawan dalam memberikan informasi, standar berbahasa.

CR kemudian diolah menjadi 2 jenis kuisisioner yaitu Kuisisioner 1 Harapan Pelanggan (HP) dan Kuisisioner 2 Persepsi Pelanggan (PP). Kedua kuisisioner tersebut berisi masing-masing 22 pertanyaan yang disusun dengan Skala Linkert untuk memperoleh derajat kesetujuan atas atribut bagi pelanggan, dengan skala 1 : Sangat Tidak Setuju, 2 : Tidak Setuju, 3 : Netral, 4 : Setuju, dan 5 : Sangat Setuju. Pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada kuisisioner HP adalah kebutuhan dan keinginan pelanggan terhadap Yantel DISTEL DIJ. Sedangkan pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada kuisisioner PP adalah sebaliknya yaitu sejauh mana pelanggan merasakan pelayanan yang telah diberikan dari Yantel DISTEL DIJ.

Atribut-atribut yang dinilai oleh pelanggan tersebut dievaluasi lebih lanjut untuk mengetahui atribut mana yang belum memenuhi syarat mutu terbaik, serta berapa tingkat perbaikan yang perlu dilakukan untuk mengejar target mutu terbaik. Dari jawaban yang diberikan responden dari kedua kuisisioner kemudian diberi nilai dengan Skala Linkert. Ke-22 pertanyaan juga dibagi menjadi 5 variabel dimensi kualitas pelayanan yaitu :

- Pertanyaan no. 1-4 : *tangibles* (x1)
- Pertanyaan no. 5-9 : *reliability* (x2)
- Pertanyaan no. 10-13 : *responsiveness* (x3)
- Pertanyaan no. 14-17 : *assurance* (x4)
- Pertanyaan no. 18-22 : *empathy* (x5)

Pembagian atas 5 variabel ini digunakan untuk mencari berapa rata-rata setiap variabel dari keseluruhan nilai yang diberikan setiap responden atas masing-masing kuisisioner. Sehingga pada akhirnya didapat *gap* (kesenjangan) yang merupakan selisih rata-rata pada masing-masing variabel pada Kuisisioner PP yang dikurangi masing-masing variabel pada Kuisisioner HP. Lengkapnya lihat Lampiran.

Untuk hasil lengkapnya berikut tabel yang disusun berdasarkan 5 variabel jasa.

Tabel 4-15

Distribusi Gap

No.	Variabel	Harapan	Persepsi	Gap	Ranking
1.	<i>Tangibles</i>	4.44	4.46	0.02	4
2.	<i>Reliability</i>	4.17	4.27	0.1	2
3.	<i>Responsiveness</i>	4.21	4.32	0.11	1
4.	<i>Assurance</i>	4.31	4.32	0.1	3
5.	<i>Empathy</i>	4.32	4.31	-0.01	5

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa penilaian responden baik persepsi maupun harapan, variabel *tangibles* merupakan variabel yang dinilai paling tinggi oleh responden dengan nilai harapan adalah 4.44 dan nilai persepsi adalah 4.46. Hal ini terlihat dari rata-rata nilai atas variabel tersebut yang nilainya paling tinggi di antara variabel yang lain. Sedangkan ditinjau dari besarnya *gap*, variabel *responsiveness* mempunyai nilai *gap* terkecil yaitu sebesar 0.11.

Selanjutnya secara berurutan diikuti oleh variabel *reliability*, *assurance*, *tangibles*, dan *empathy*. Kenyataan ini membuktikan Yantel DISTEL DIJ dan stafnya sudah dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan dengan cepat dan tanggap namun masih terdapat kekurangan yaitu dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan pemahaman atas kebutuhan para pelanggan.

4.4 ANALISIS HOUSE OF QUALITY

Dari Besterfield, dkk, dalam bukunya *Total Quality Management*, didapatkan bahwa langkah-langkah untuk menyusun *House of Quality* adalah :

1. **Membuat daftar dari persyaratan pelanggan**

Berupa kebutuhan dan keinginan pelanggan terhadap perusahaan atau dalam hal ini disebut Customer Requirements (CR)

Dalam penelitian ini didapat bahwa CR tersebut adalah sebagai berikut :

✓ Ruang tunggu

Kebersihan ruang tunggu, ventilasi, pendingin ruangan, penerang ruangan, sarana hiburan dan informasi, tempat sampah, ruang tunggu yang luas dan lapang, tempat duduk, tata letak tempat duduk, kotak saran, rak untuk brosur dan *leaflet*, toilet, dan tanaman interior.

✓ Administrasi Yantel

Informasi mendapatkan *print out*, informasi jumlah pembayaran telepon dan daerah jaringan telepon tersebut berada.

✓ Yantel

Standar bahasa yang memadai, disiplin kerja yang baik, staf Yantel menjelaskan informasi dengan lengkap, informasi dari staf Yantel baik, benar, dan akurat, kemauan staf Yantel untuk menanggapi, jumlah staf Yantel cukup, kerja sama di antara staf Yantel, penampilan staf Yantel rapi dan sopan, staf Yantel ramah dan sopan.

✓ Informasi Yantel

Berbentuk brosur dan *leaflet*, informasi baik, benar, dan akurat, kemauan staf Yantel untuk menanggapi, penampilan staf Yantel rapi dan sopan, staf Yantel ramah dan sopan.

✓ Keamanan

Adanya pos keamanan, pemberian rasa aman dari petugas keamanan, staf keamanan Yantel tegas, staf keamanan Yantel dalam menanggapi pelanggan, staf keamanan Yantel ramah dan sopan.

✓ Taman parker

Taman yang indah dan terawat, petugas parkir ramah dan sopan, tempat parkir luas dan aman.

2. Langkah berikutnya adalah membuat daftar persyaratan teknik

Pengelola Yantel membuat *Technical Requirements (TR)* yang digunakan untuk menjawab atribut-atribut yang telah disebutkan pada CR tadi. TR tersebut adalah :

✓ Parkir luas

Menampung kebutuhan, mudah keluar masuk, gerbang keluar masuk.

✓ Parkir aman

Sistem buka tutup, tiket parkir.

✓ Taman parkir

Tanaman eksterior, penataan yang serasi, perawatan.

✓ Staf Yantel

Memilih individu yang tepat, adanya standar penampilan, penguasaan bahasa dari staf Yantel.

✓ Yantel

Adanya kerjasama di antara staf dan jumlah staf Yantel cukup.

✓ Administrasi Yantel

Mudah, tepat, cepat, dan adanya informasi Yantel.

✓ Penerangan ruangan

Lampu ruangan.

✓ Pendingin ruangan

AC dan sistem penyalaan AC.

✓ Sarana hiburan dan informasi

Tersedianya TV dan Koran.

✓ Keamanan

Petugas yang tegas, rasa aman, dan pos keamanan.

3. Langkah ketiga yaitu analisis hubungan CR dengan TR

Merupakan hubungan yang menempati sisi tengah dari *House of Quality*. Dan untuk menetapkannya digunakan *L-Shaped Matrix*, hubungan terjadi dalam tiga bentuk, yakni nilai 9 (dengan simbol ●) : kuat, ini berarti TR menjawab CR, nilai 3 (dengan simbol ○) : medium, ini berarti TR mendukung CR, nilai 1 (dengan simbol *) : lemah, ini berarti TR mempengaruhi CR.

Berdasarkan gambar House Of Quality, hubungan yang terjadi antara CR dengan TR adalah sesuai atribut yang ada pada CR dan atribut yang ada pada

TR. Seperti dapat dilihat pada atribut kemudahan *print out* pada administrasi Yantel, yang bila dihubungkan dengan atribut administrasi Yantel pada TR maka akan terjadi hubungan yang kuat dengan atribut cepat dan mudah . Hal tersebut ditandai dengan adanya simbol ● yang berarti atribut pada TR dapat menjawab atribut pada CR.

Namun dapat juga terjadi hubungan yang sedang antara CR dengan TR seperti pada atribut staf Yantel yang ramah dan sopan dengan penguasaan bahasa. Dalam hal ini terjadi hubungan bahwa TR mendukung CR yang ditandai dengan simbol ○. Sedangkan pada atribut tersedianya kotak saran dengan informasi Yantel yang berbentuk brosur dan *leaflet* terjadi hubungan yang lemah yang ditandai dengan simbol *. Hal ini berarti TR mempengaruhi CR.

4. Langkah keempat adalah menganalisa hubungan yang terjadi di antara TR.

Seperti pada langkah ketiga, dalam langkah keempat ini juga menggunakan simbol untuk memudahkan analisisnya. Bagian ini merupakan sisi atas dari *House of Quality* yaitu analisis sinergi atau konflik dalam TR. Sinergi apabila atribut-atribut dalam TR saling mendukung satu sama lain, dikatakan konflik bila atribut-atribut dalam TR saling bertentangan hubungan dinilai dengan nilai 9 (dengan simbol ●) : *strong positive*, hubungan yang saling mendukung, mendekati positif sempurna; nilai +3 (dengan simbol ○) : *positive*, hubungan yang mendukung; nilai -3 (dengan simbol x) : *negative*, hubungan

yang saling bertentangan; nilai -9 (dengan simbol *) : *strong negative*, hubungan yang sangat bertentangan.

Hubungan yang terjadi di antara atribut pada TR seperti pada atribut pemilihan individu yang tepat untuk menjadi staf Yantel maka salah satu persyaratannya individu tersebut harus menguasai bahasa dengan baik, maka oleh karenanya kedua atribut tersebut ditandai dengan simbol ● yang berarti terjadi hubungan yang saling mendukung dan saling mendekati sempurna.

Atribut tersedianya AC (*Air Conditioner*) dalam Yantel dengan atribut bersih menandakan terjadi hubungan yang saling mendukung, sehingga untuk keduanya ditandai dengan simbol ○. Sedangkan pada atribut kerja sama di antara staf Yantel dengan standar penampilan staf Yantel terjadi hubungan yang bertentangan yang ditandai dengan simbol x. Hubungan yang sangat bertentangan terjadi pada atribut tersedianya koran dengan AC yang ditandai dengan simbol *.

5. Analisis Prioritas CR

Analisa ini berisi *our product*, *importance to customer*, *target value*, *scale-up factor*, *sales point*, dan *absolute weight*.

Our product adalah nilai yang diberikan pengelola pada masing-masing produk atau pelayanan yang diberikan perusahaannya, dalam hal ini yang akan dinilai dalam *our product* adalah atribut dari masing-masing CR. Nilai yang diberikan dalam *our product* berkisar dari 1 (terburuk) sampai dengan 5 (terbaik). Dalam penelitian yang dilakukan, pengelola memberikan nilai untuk masing-masing atribut dalam CR adalah nilai 5 untuk masing-masing atribut pada

Yantel dan administrasinya, sedang fasilitas yang terdapat pada Yantel, seperti, parkir, ruang tunggu, dan keamanan diberi nilai 4.

Importance to customer dimulai dengan membuat ranking pada masing-masing CR dari mulai ranking 1-10, ranking 1 berarti tidak penting sekali dan ranking 10 berarti sangat penting. *Importance rating* berfungsi untuk memprioritaskan usaha dari manajemen dan membuat keputusan yang *trade-off*. Untuk *importance to customer*, atribut administrasi Yantel, informasi Yantel, dan Yantel rata-rata dinilai 7 dan 8 yang berarti penting. Sedang atribut parkir, ruang tunggu, dan keamanan dinilai 5, 6 dan 7 yang berarti cukup penting dan penting untuk menjadi prioritas usaha dan pembuatan keputusan manajemen.

Target value dimulai dengan membuat ranking dari tingkatan 1 yang berarti sangat tidak berguna, sampai tingkatan 5 yang berarti sangat berguna. *Target value* diputuskan untuk mengetahui apakah manajemen akan menahan produk/jasa yang ada tanpa perubahan, mengembangkan produk/jasa, atau meningkatkan produk/jasa supaya lebih berkualitas. Dalam hal ini manajemen menilai atribut perlu ditingkatkan untuk mencapai kualitas pelayanan adalah atribut Yantel yang dinilai 5, sedang atribut yang perlu dikembangkan adalah fasilitas dari Yantel yaitu ruang tunggu, parkir, dan keamanan dengan nilai 4.

Scale-up factor adalah rasio dari perbandingan antara *target value* dengan masing-masing ranking yang diberikan manajemen kepada produk/pelayanannya pada kolom *our product*. Hasil yang didapat secara umum pada *scale-up factor* adalah 1 pada semua atribut.

Sales point diberikan oleh tim QFD untuk menunjukkan bahwa harapan dan keinginan pelanggan akan membantu tingkat penjualan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan. Nilai yang diberikan pada *sales point* adalah dari 1.0 sampai 2.0, dengan 2.0 berarti nilai tertinggi yang diberikan manajemen. Nilai 2 diberikan untuk atribut administrasi, informasi, dan Yantel. Untuk atribut ruang tunggu nilai yang diberikan adalah 1.5, dan nilai 1 diberikan untuk atribut taman parkir dan keamanan.

Terakhir adalah *absolute weight* yang merupakan jumlah perkalian atas *importance to customer*, *scale-up factor*, dan *sales point*.

$$\text{Absolute weight} = (\text{importance to customer})(\text{scale-up factor})(\text{sales point})$$

Berikut adalah seluruh perhitungannya :

⊛ Administrasi Yantel

$$\text{Informasi jumlah pembayaran telepon} = 8 \times 1 \times 2 = 16$$

$$\text{Informasi jaringan telepon} = 8 \times 1 \times 2 = 16$$

$$\text{Kemudahan print out} = 8 \times 1 \times 2 = 16$$

⊛ Ruang tunggu

$$\text{Kebersihan ruang tunggu} = 6 \times 1 \times 1.5 = 9$$

$$\text{Tanaman interior} = 5 \times 1 \times 1.5 = 7.5$$

$$\text{Toilet} = 6 \times 1 \times 1.5 = 9$$

$$\text{Rak untuk brosur dan leaflet} = 6 \times 1 \times 1.5 = 9$$

$$\text{Kotak saran} = 6 \times 1 \times 1.5 = 9$$

$$\text{Tata letak tempat duduk} = 5 \times 1 \times 1.5 = 7.5$$

$$\text{Ruang tunggu luas dan lapang} = 5 \times 1 \times 1.5 = 7.5$$

Tempat sampah = $6 \times 1 \times 1.5 = 9$

Sarana hiburan dan informasi = $6 \times 1 \times 1.5 = 9$

Penerangan ruangan = $5 \times 1 \times 1.5 = 7.5$

Pendingin ruangan = $5 \times 1 \times 1.5 = 7.5$

Fentilasi lancar = $5 \times 1 \times 1.5 = 7.5$

☉ Yantel

Standar bahasa yang memadai = $7 \times 1 \times 2 = 14$

Disiplin kerja yang baik = $8 \times 1 \times 2 = 16$

Staf Yantel menjelaskan dengan lengkap = $8 \times 1 \times 2 = 16$

Informasi baik, benar, dan akurat = $8 \times 1 \times 2 = 16$

Kemauan staf Yantel untuk menanggapi = $8 \times 1 \times 2 = 16$

Jumlah staf Yantel cukup = $7 \times 1 \times 2 = 14$

Kerja sama di antara staf Yantel = $7 \times 1 \times 2 = 14$

Penampilan staf Yantel rapi dan sopan = $8 \times 1 \times 2 = 16$

Staf Yantel ramah dan sopan = $8 \times 1 \times 2 = 16$

☉ Keamanan

Adanya pos keamanan = $6 \times 1 \times 1 = 6$

Pemberian rasa aman dari petugas keamanan = $7 \times 1 \times 1 = 7$

Staf keamanan Yantel tegas = $7 \times 1 \times 1 = 7$

Staf keamanan Yantel dalam menanggapi pelanggan = $7 \times 1 \times 1 = 7$

Penampilan staf keamanan Yantel rapi dan sopan = $7 \times 1 \times 1 = 7$

Staf keamanan Yantel ramah dan sopan. = $7 \times 1 \times 1 = 7$

⊛ Informasi Yantel

Berbentuk brosur dan *leaflet* = $8 \times 1 \times 2 = 16$

Informasi baik, benar, dan akurat = $8 \times 1 \times 2 = 16$

Kemauan staf Yantel untuk menanggapi = $8 \times 1 \times 2 = 16$

Penampilan staf Yantel rapi dan sopan = $8 \times 1 \times 2 = 16$

Staf Yantel ramah dan sopan. = $8 \times 1 \times 2 = 16$

⊛ Taman parkir

Taman yang indah dan terawat = $6 \times 1 \times 1.25 = 7.5$

Petugas parkir ramah dan sopan = $6 \times 1 \times 1.25 = 7.5$

Tempat parkir luas dan aman = $6 \times 1 \times 1 = 6$

Dari nilai yang tertera pada *absolute weights* dapat diketahui bahwa atribut Yantel mempunyai nilai yang tinggi dan rata-rata di atas 10, sedangkan untuk atribut fasilitas Yantel rata-rata nilainya adalah di atas 5.

6. Analisis Prioritas TR

Analisis ini digunakan tim QFD untuk mengidentifikasi TR yang paling dibutuhkan untuk memenuhi CR dan perlu untuk dikembangkan. Pada prioritas TR ini berisi *our product*, *degree of difficulty*, *target value*, *absolute weight*, dan *relative weight*.

Seperti *our product* pada analisis prioritas CR, *our product* pada analisis proiritas TR juga memberi nilai pada masing-masing produk atau pelayanan yang diberikan perusahaannya, dalam hal ini yang akan dinilai dalam *our product* adalah atribut dari masing-masing TR. Nilai yang diberikan dalam *our product* berkisar dari 1 (terburuk) sampai dengan 5 (terbaik). Dalam penelitian

yang dilakukan, pengelola memberikan nilai untuk masing-masing atribut dalam TR adalah nilai 5 untuk masing-masing atribut pada Yantel dan administasinya, sedang fasilitas yang terdapat pada Yantel, seperti, parkir, ruang tunggu, dan keamanan diberi nilai 4.

Degree of difficulty digunakan pada saat mengevaluasi kemampuan manajemen dalam mengimplementasi perkembangan-perkembangan di perusahaan yang perlu ditingkatkan. Seperti pada *importance to customer*, *degree of difficulty* juga berisi nilai yang merupakan ranking, dimulai dari ranking 1 sampai 10. Untuk *importance to customer*, atribut administrasi Yantel, informasi Yantel, dan Yantel rata-rata dinilai 8 yang berarti perlu untuk ditingkatkan. Sedang atribut parkir, ruang tunggu, dan keamanan dinilai 6 yang berarti sangat perlu untuk ditingkatkan kualitasnya dalam memenuhi prsyaratn pelanggan.

Target value merupakan pengukuran yang obyektif untuk mendefinisikan nilai yang harus diraih TR. Berapa harapan dan keinginan pelanggan yang harus dipenuhi ataupun ditolak oleh manajemen dijawab dengan mengevaluasi semua informasi yang masuk ke *House of Quality* dan telah diseleksi dalam *target values*. Untuk atribut Yantel, pengelola mengukur dengan nilai 5 dikarenakan atribut Yantel adalah persyaratan tertinggi yang diinginkan oleh pelanggan. Sedangkan atribut lainnya yang merupakan fasilitas dari Yantel seperti, parkir, ruang tunggu, dan keamanan diukur dengan nilai 4. Hal ini berarti atribut tersebut tetap menjadi persyaratan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan yang berkualitas.

Absolute weight merupakan penjumlahan atas perkalian masing-masing simbol yang mempunyai nilai yang berbeda (9 untuk *strong*, 3 untuk *medium*, dan 1 untuk *weak*) dalam harapan *proiritized customer requirements* dengan *importance to customer*.

Berikut adalah perhitungan dari *absolute weight* :

✓ Parkir luas

$$\text{Menampung kebutuhan} = 9 \times 6 = 54$$

$$\text{Mudah keluar masuk} = 9 \times 6 = 54$$

✓ Parkir aman

$$\text{Gerbang keluar masuk} = 9 \times 6 + 9 \times 6 = 108$$

$$\text{Sistem buka tutup} = 9 \times 6 + 9 \times 6 = 108$$

$$\text{Tiket parkir} = 9 \times 6 + 9 \times 6 = 108$$

✓ Taman parkir

$$\text{Tanaman eksterior} = 9 \times 6 = 54$$

$$\text{Penataan yang serasi} = 9 \times 6 = 54$$

$$\text{Perawatan} = 9 \times 6 = 54$$

✓ Staf Yantel

Memilih individu yang tepat

$$= 9 \times 7 + 9 \times 8 + 3 \times 8 + 3 \times 8 + 3 \times 8 + 1 \times 7 + 1 \times 7 + 3 \times 8 + 9 \times 8 = 317$$

Adanya standar penampilan

$$= 1 \times 7 + 1 \times 8 + 1 \times 8 + 1 \times 8 + 3 \times 8 + 1 \times 7 + 1 \times 7 + 9 \times 8 + 9 \times 8 = 213$$

Penguasaan bahasa dari staf Yantel

$$= 9 \times 7 + 1 \times 8 + 3 \times 8 + 3 \times 8 + 1 \times 8 + 1 \times 7 + 1 \times 7 + 1 \times 8 + 3 \times 8 = 173$$

✓ Yantel

Adanya kerjasama di antara staf Yantel

$$= 1x7+3x8+3x8+3x8+3x8+9x7+1x8+3x8 = 261$$

Jumlah staf Yantel cukup

$$= 1x7+3x8+3x8+3x8+3x8+9x7+9x7+1x8+3x8 = 243$$

✓ Administrasi Yantel

$$\text{Mudah} = 9x8+9x8+9x8+9x8+1x8+3x8+1x8+1x8 = 336$$

$$\text{Tepat} = 9x8+9x8+9x8+3x8+3x8+9x8+1x8 = 352$$

$$\text{Cepat} = 9x8+9x8+9x8+1x8+9x8+3x8+1x8+1x8 = 336$$

$$\text{Informasi Yantel} = 9x8+9x8+9x8+9x8+9x8+3x8+1x8+1x8 = 400$$

✓ Penerangan ruangan

$$\text{Lampu ruangan} = 3x5+3x6+9x5 = 78$$

✓ Pendingin ruangan

$$\text{AC} = 3x6+3x5+1x6+3x5+9x5+3x5+1x6 = 120$$

$$\text{Sistem penyalaaan AC} = 9x5+1x5+1x6 = 56$$

✓ Sarana hiburan dan informasi

$$\text{Tersedianya TV} = 9x6 = 54$$

$$\text{Tersedianya Koran} = 9x6 = 54$$

✓ Keamanan

$$\text{Petugas yang tegas} = 9x7+3x7+9x7 + 147$$

$$\text{Rasa aman} = 9x7+9x7 = 126$$

$$\text{Pos keamanan} = 3x6+9x5+9x6+3x7 138$$

✓ Ruang tunggu

$$\text{Tanaman} = 3 \times 6 + 9 \times 5 + 3 \times 5 + 1 \times 5 = 3 \times 5 + 1 \times 5 + 1 \times 5 = 118$$

$$\text{Toilet} = 3 \times 6 + 9 \times 6 + 9 \times 6 + 3 \times 5 + 1 \times 5 + 3 \times 5 = 161$$

$$\text{Kotak saran} = 1 \times 6 + 9 \times 6 + 3 \times 5 = 75$$

$$\text{Tempat duduk} = 9 \times 5 + 3 \times 5 = 60$$

$$\text{Tempat sampah} = 9 \times 6 + 3 \times 5 + 9 \times 6 + 3 \times 5 + 9 \times 6 = 192$$

$$\text{Tenang} = 3 \times 5 + 9 \times 5 = 60$$

$$\text{Luas} = 3 \times 5 + 9 \times 5 = 60$$

$$\text{Bersih} = 9 \times 6 + 3 \times 5 + 9 \times 6 + 3 \times 5 + 3 \times 5 + 3 \times 6 = 171$$

Dari nilai yang tertera pada *absolute weights* dapat diketahui bahwa atribut Yantel mempunyai nilai yang tinggi dan rata-rata di atas 200, sedangkan untuk atribut fasilitas Yantel rata-rata nilainya adalah di atas 100.

Relative weight adalah penjumlahan atas perkalian masing-masing simbol yang mempunyai nilai yang berbeda (9 untuk *strong*, 3 untuk *medium*, dan 1 untuk *weak*) dalam harapan *proiritized customer requirements* dengan *absolute weight* pada *proiritized customer requirements*.

Berikut adalah perhitungan dari *relative weight* :

✓ Parkir luas

$$\text{Menampung kebutuhan} = 9 \times 7.8 = 70.2$$

$$\text{Mudah keluar masuk} = 9 \times 7.8 = 70.2$$

✓ Parkir aman

$$\text{Gerbang keluar masuk} = 9 \times 7.8 + 9 \times 7.8 = 140.4$$

$$\text{Sistem buka tutup} = 9 \times 7.8 + 9 \times 7.8 = 140.4$$

$$\text{Tiket parkir} = 9 \times 7.8 + 9 \times 7.8 = 140.4$$

✓ Taman parkir

$$\text{Tanaman eksterior} = 9 \times 7.8 = 70.2$$

$$\text{Penataan yang serasi} = 9 \times 7.8 = 70.2$$

$$\text{Perawatan} = 9 \times 7.8 = 70.2$$

✓ Staf Yantel

Memilih individu yang tepat

$$= 9 \times 14 + 9 \times 16 + 3 \times 16 + 3 \times 16 + 1 \times 14 + 1 \times 14 + 3 \times 16 + 9 \times 16 = 634$$

Adanya standar penampilan

$$= 1 \times 14 + 1 \times 16 + 1 \times 16 + 1 \times 16 + 1 \times 14 + 1 \times 14 + 3 \times 16 + 9 \times 16 = 426$$

Penguasaan bahasa dari staf Yantel

$$= 9 \times 14 + 1 \times 16 + 3 \times 16 + 3 \times 16 + 1 \times 16 + 1 \times 14 + 1 \times 14 + 1 \times 16 + 3 \times 16 = 346$$

✓ Yantel

Adanya kerjasama di antara staf Yantel

$$= 1 \times 14 + 3 \times 16 + 3 \times 16 + 3 \times 16 + 3 \times 16 + 9 \times 14 + 9 \times 14 + 1 \times 16 + 3 \times 16 = 522$$

Jumlah staf Yantel cukup

$$= 1 \times 14 + 3 \times 16 + 3 \times 16 + 3 \times 16 + 3 \times 16 + 9 \times 14 + 9 \times 14 + 1 \times 16 + 3 \times 16 = 522$$

✓ Administrasi Yantel

$$\text{Mudah} = 9 \times 16 + 9 \times 16 + 9 \times 16 + 9 \times 16 + 9 \times 16 + 1 \times 16 + 3 \times 16 + 3 \times 16 + 1 \times 16 = 672$$

$$\text{Tepat} = 9 \times 16 + 9 \times 16 + 9 \times 16 + 3 \times 16 + 3 \times 16 + 9 \times 16 + 1 \times 16 + 1 \times 16 = 704$$

$$\text{Cepat} = 9 \times 16 + 9 \times 16 + 9 \times 16 + 1 \times 16 + 9 \times 16 + 3 \times 16 + 1 \times 16 + 1 \times 16 = 672$$

Informasi Yantel

$$= 9 \times 16 + 9 \times 16 + 9 \times 16 + 9 \times 16 + 9 \times 16 + 3 \times 16 + 3 \times 16 + 1 \times 16 = 800$$

✓ Penerangan ruangan

$$\text{Lampu ruangan} = 3 \times 7.5 + 3 \times 9 + 9 \times 7.5 + 9 \times 6 = 171$$

✓ Pendingin ruangan

$$\text{AC} = 3 \times 9 + 3 \times 7.5 + 1 \times 9 + 3 \times 7.5 + 9 \times 7.5 + 3 \times 7.5 + 1 \times 6 = 177$$

$$\text{Sistem penyalaaan AC} = 9 \times 7.5 + 1 \times 7.5 + 1 \times 6 = 81$$

✓ Sarana hiburan dan informasi

$$\text{Tersedianya TV} = 9 \times 9 = 54$$

$$\text{Tersedianya Koran} = 9 \times 9 = 54$$

✓ Keamanan

$$\text{Petugas yang tegas} = 9 \times 7 + 3 \times 7 + 9 \times 7 = 147$$

$$\text{Rasa aman} = 9 \times 7 + 9 \times 7 = 126$$

$$\text{Pos keamanan} = 3 \times 6 + 9 \times 5 + 9 \times 6 + 3 \times 7 = 169.5$$

✓ Ruang tunggu

$$\text{Tanaman interior} = 3 \times 9 + 9 \times 7.5 + 3 \times 7.5 + 1 \times 7.5 + 3 \times 7.5 + 1 \times 7.5 + 3 \times 7.5 = 177$$

$$\text{Toilet} = 3 \times 9 + 9 \times 9 + 9 \times 9 + 3 \times 7.5 + 1 \times 7.5 + 3 \times 7.5 = 241.5$$

$$\text{Kotak saran} = 1 \times 9 + 9 \times 9 + 3 \times 7.5 = 112.5$$

$$\text{Tempat duduk} = 9 \times 7.5 + 3 \times 7.5 = 90$$

$$\text{Tempat sampah} = 9 \times 9 + 3 \times 7.5 + 9 \times 9 + 3 \times 7.5 + 9 \times 9 = 288$$

$$\text{Tenang} = 3 \times 7.5 + 9 \times 7.5 = 90$$

$$\text{Luas} = 3 \times 7.5 + 9 \times 7.5 = 90$$

$$\text{Bersih} = 9 \times 9 + 3 \times 7.5 + 9 \times 9 + 3 \times 7.5 + 3 \times 7.5 + 3 \times 9 = 234$$

Dari nilai yang tertera pada *relative weights* dapat diketahui bahwa atribut Yantel mempunyai nilai yang tinggi dan rata-rata di atas 500, sedangkan untuk atribut fasilitas Yantel rata-rata nilainya adalah di atas 100.

7. House Of Quality

Untuk lengkapnya hubungan yang terjadi di antara semua atribut yang terdapat pada CR dan TR dapat dilihat pada *House of Quality* pada Lampiran.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan :

Berdasarkan analisis data yang diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari analisis karakteristik responden diketahui bahwa :
 - Jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah sejumlah 44 orang yang berarti 44 %, sedangkan jumlah responden wanita berjumlah 56 orang, yang juga berarti 56 %.
 - Berdasarkan tingkat usia, mayoritas responden berusia antara 20-29 tahun yang berjumlah 56 orang atau berarti 56 %, usia 30-39 tahun berjumlah 23 orang atau 23 %, kurang dari 20 tahun adalah 6 orang atau 6 %, dan usia 40-49 tahun berjumlah 15 orang atau 15 %. Sedangkan usia lebih dari 50 tahun adalah nol yang berarti tidak ada responden yang berusia di kelompok usia tersebut.
 - Berdasarkan tingkat pendidikan, mayoritas responden adalah berpendidikan Sarjana (S1) yang berjumlah 51 orang atau 51 %, SMU berjumlah 36 orang atau 36 %, dan berpendidikan Master (S2) berjumlah 13 orang atau 13 %. Dan tidak ada responden yang berpendidikan SD, SMP, dan Doktor (S3).

2. Dari analisis deskriptif kepuasan konsumen pada Yantel DISTEL DIJ berdasarkan Tabel Distribusi *Gap* didapat bahwa pada harapan maupun persepsi pelanggan, responden menilai variabel *tangibles* mempunyai nilai paling tinggi dibandingkan variabel lainnya yaitu nilai 4.44 untuk harapan dan nilai 4.46 untuk persepsi. Hal ini berarti, pelanggan sudah merasakan kepuasan dari pelayanan yang dilakukan oleh staf Yantel DISTEL DIJ. Atau rata-rata tingkat kepuasan konsumen adalah baik (4).
3. Ditinjau dari besarnya *gap* yang terjadi, diketahui variabel *responsiveness* memiliki *gap* terkecil dibandingkan dengan variabel yang lain yaitu dengan nilai *gap* 0.11. Dibuat berdasarkan ranking pada *gap* yang didapat pada masing-masing variabel, dimulai dari ranking pertama atau nilai *gap* terkecil adalah *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *tangible*, dan *empathy*.
4. Berdasarkan analisis *House of Quality* dapat diketahui bahwa atribut-atribut dalam persyaratan pelanggan yang terdapat dalam *Customer Requirements* dan dijawab oleh pengelola Yantel dengan atribut-atribut dalam *Technical Requirements*. Seperti tertera dalam *absolute weights* pada *Customer Requirements* dapat diketahui bahwa atribut Yantel mempunyai nilai yang tinggi dan rata-rata di atas 10, sedangkan untuk atribut fasilitas Yantel rata-rata nilainya adalah di atas 5. Dari nilai yang tertera pada *absolute weights* pada *Technical Requirements* dapat diketahui bahwa atribut Yantel mempunyai nilai yang tinggi dan rata-rata di atas 200, sedangkan untuk atribut fasilitas Yantel rata-rata nilainya

adalah di atas 100. Sedang yang tertera pada *relative weights* pada *Technical Requirements* dapat diketahui bahwa atribut Yantel mempunyai nilai yang tinggi dan rata-rata di atas 500, sedangkan untuk atribut fasilitas Yantel rata-rata nilainya adalah di atas 100.

Saran-saran :

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian di atas maka penulis ingin memberikan saran kepada pihak manajemen Pelayanan Telekomunikasi (Yantel) DISTEL DIJ, sebagai berikut :

1. Pihak manajemen Yantel DISTEL DIJ perlu mempertahankan kualitas dan meningkatkan kualitas dari semua sisi variabel, baik itu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Hal tersebut perlu dilakukan karena dari hasil kuisioner, baik itu dari segi harapan maupun persepsi pelanggan, pada dasarnya di mata pelanggan, pelanggan sudah merasakan kepuasan pada saat mendatangi dan melakukan transaksi/kegiatan yang berhubungan dengan Yantel DISTEL DIJ.
2. Berdasarkan nilai *gap* yang terjadi, dapat dilihat bahwa nilai *gap* terbesar adalah *empathy* yang bernilai -0.01. Nilai tersebut berarti pelanggan masih belum merasakan kepuasan dari segi variabel *empathy*, dan oleh karenanya masih terjadi kesenjangan antara pelanggan dengan staf Yantel sehingga belum terjadi komunikasi yang baik diantara keduanya. Dalam hal ini, pihak manajemen Yantel dapat melakukan perbaikan dari sisi variabel *empathy* dengan mendisain sisi ini dengan sebaik mungkin, misalnya

dengan mengadakan pelatihan peningkatan diri bagi staf sehingga setidaknya mencapai tingkat *Technical Requirements* seperti yang ditetapkan.

3. Dari hasil analisa dengan model *House of Quality*, atribut-atribut yang terdapat dalam *Customer Requirements* dan keseluruhannya dapat menjadi rekomendasi dalam pengelolaan Yantel agar kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan dapat terpenuhi.
4. Kiranya penelitian yang dilakukan ini dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan tidak hanya kepada Yantel Distel DIJ secara khusus namun juga kepada semua perusahaan yang berkecimpung di bidang jasa secara umum dengan menggunakan metode *House of Quality*.