

1. Barang

Barang merupakan hasil atau keluaran (*out put*) berwujud fisik (*tangible*) dari proses transformasi sumber daya, sehingga bias dilihat, diraba/disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan mendapatkan perlakuan fisik lainnya. Ditinjau dari aspek daya tahannya, terdapat dua macam barang yaitu:

a. Barang tidak tahan lama (*Non Durable Goods*)

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain, unsur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun. Contohnya adalah sabun mandi, minuman dan makanan ringan, kapur tulis, gula dan garam.

b. Barang Tahan Lama (*Durable Goods*)

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bias bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun atau lebih). Contohnya antara lain TV, lemari es, mobil, komputer, dan lain-lain

c. Jasa (*Service*)

Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya bengkel reparasi, kursus, lembaga pendidikan, jasa komunikasi, transportasi, dan lain-lain.

3. Daya tangkap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

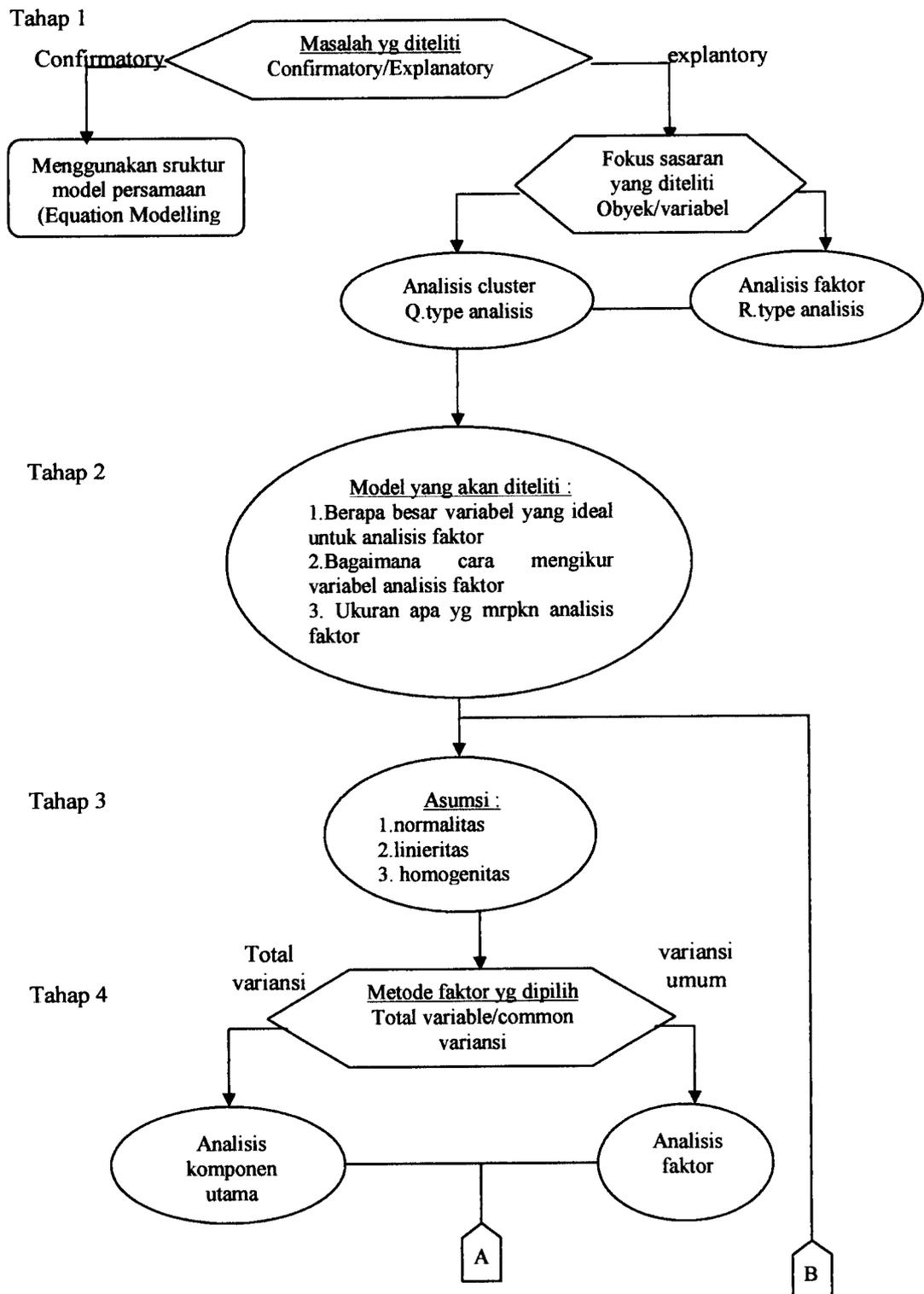
Pakar lainnya, Gronroos menyatakan bahwa ada tiga kriteria pokok dalam menilai kualitas jasa, yaitu *outcome-related*, *process-related*, dan *image-related criteria*. Ketiga kriteria tersebut masih dapat dijabarkan menjadi enam unsur yaitu:

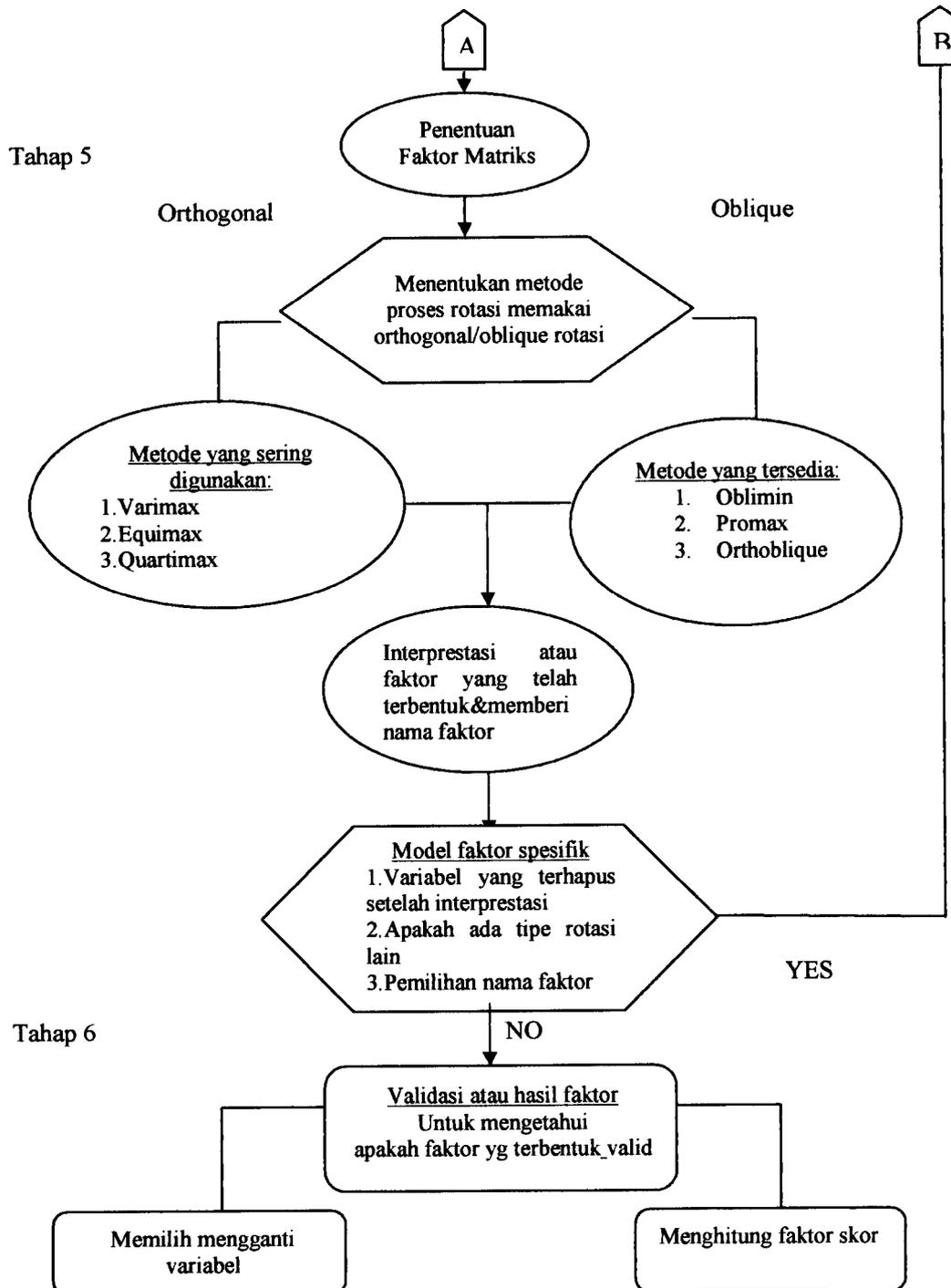
1. *Professionalism dan Skills*.

Kriteria yang pertama ini merupakan *outcome-related criteria*, dimana pelanggan menyadari bahwa penyedia jasa (*service provider*), karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisik, memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah pelanggan secara profesional.

2. *Attitudes and Behavior*.

Kriteria ini adalah *process-related criteria*. Pelanggan merasa bahwa karyawan perusahaan (*contact personnel*) menaruh perhatian terhadap mereka dan mereka berusaha membantu dalam memecahkan masalah mereka secara spontan dan senang hati.





Gambar 3.1 Tahapan Analisis Faktor

Sumber : Hair&Tatham, Multivariate Data Analysis, 1995, Prentice Hall

sedangkan untuk tabulasi jawaban responden di Jogakarta berada pada posisi cukup baik dengan presentase sebesar 40,1%.

Sharma, S. 1996. *Applied Multivariate Techniques*. John Wiley and Sons. New York.

Singarimbun dan Effendi. 1987. *Metode Penelitian Survey*. LP3ES. Jakarta.

Sukamdarrumidi. 2002. *Metodologi Penelitian "Petunjuk Praktis Untuk Pemula"*. Universitas Gajah Mada Press. Jogjakarta.

Tjiptono, Fandy. 2001. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Edisi Kedua. ANDI OFFSET. Jogjakarta.