

**EVALUASI KUALITAS LAYANAN PENYEDIA INTERNET WIFLID PT**

**TELKOM DENGAN PENDEKATAN *IMPORTANCE-PERFORMANCE***

***ANALYSIS***

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Nama : Guntur Edo Kurniawan Sanaky**

**Nomor Mahasiswa : 14311268**

**Jurusan : Manajemen**

**Bidang Konsentrasi : Operasional**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2019**

**EVALUASI KUALITAS LAYANAN PENYEDIA INTERNET WIFLID PT  
TELKOM DENGAN PENDEKATAN *IMPORTANCE-PERFORMANCE*  
*ANALYSIS***



**Disusun dan diajukan sebagai syarat untuk mencapai drajat Sarjana Strata-1  
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia**

**Disusun Oleh:**

**Nama : Guntur Edo Kurniawan Sanaky**

**Nomor Mahasiswa : 14311268**

**Jurusan : Manajemen**

**Bidang Konsentrasi : Operasional**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2019**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan sebagai referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 14 Desember 2019

Penulis



Guntur Edo Kurniawan Sanaky

**EVALUASI KUALITAS LAYANAN PENYEDIA INTERNET WIFI.ID PT  
TELKOM DENGAN PENDEKATAN *IMPORTANCE-PERFORMANCE*  
*ANALYSIS***

**Hasil Penelitian**

**Disusun Oleh:**

**Nama : Guntur Edo Kurniawan Sanaky**

**Nomor Mahasiswa : 14311268**

**Jurusan : Manajemen**

**Bidang Konsentrasi : Operasional**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Yogyakarta, 10 Desember 2019.....

• Dosen Pembimbing,



Nursya'bani Purnama ,S.E., M.Si.

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**EVALUASI KUALITAS LAYANAN PENYEDIA INTERNET WIFI.ID PT TELKOM  
DENGAN PENDEKATAN IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS**

Disusun Oleh : **GUNTUR EDO KURNIAWAN SANAKY**

Nomor Mahasiswa : **14311268**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Kamis, tanggal: 16 Januari 2020

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Nursya'bani Purnama, SE., M.Si.


Penguji : Anjar Priyono, Ph.D

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

## MOTTO & PERSEMBAHAN

*“I am a slow walker, but I never walk back”*

*(Abraham Lincoln)*

*“Hiduplah sebagaimana semaumu, tetapi ingat, bahwa engkau akan mati. Dan cintailah siapa yang engkau sukai, namun ingat, engkau akan berpisah dengannya. Dan berbuatlah seperti yang engkau kehendaki, namun ingat, engkau pasti akan menerima balasannya nanti”*



*(Imam Ghazali)*

*“Kesabaran adalah kendaraan yang tidak akan tergelincir, dan sikap menerima adalah pedang yang tidak akan tumpul”*

*(Alin Bin Abi Thalib)*

*Karya ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, kakak yang tersayang dan almarhum ibunda tercinta Mariani Sanaky. Terimakasih yang sebesar-besarnya atas cinta, kasih yang tulus, dukungan, bimbingan dan doa-doa yang telah diberikan selama ini.*

# EVALUASI KUALITAS LAYANAN PENYEDIA WIFI.ID INTERNET PT TELKOM DENGAN PENDEKATAN *IMPORTANCE-PERFORMANCE* *ANALYSIS*

Guntur Edo Kurniawan Sanaky

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

[14311268@students.uii.ac.id](mailto:14311268@students.uii.ac.id)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas layanan wifi.id cabang kota Yogyakarta dengan pendekatan *importance-performance analysis*. Sumber data pada penelitian ini berasal dari kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen dari wifi.id. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden ditentukan dengan teknik *probability sampling*. Alat analisis data penelitian ini menggunakan *importance-performance analysis* dengan pengolahan data menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa konsumen belum merasa puas atas kualitas layanan yang diberikan wifi.id, dengan tingkat kesesuaian rata-rata kurang dari 100% atau bila dirata-rata secara keseluruhan mendapatkan tingkat kesesuaian sebesar 89.04%. Indikator yang menjadi prioritas utama atau masuk dalam kuadran A terdapat 5 indikator, kuadran B atau yang harus dipertahankan terdapat 4 indikator, kuadran C atau prioritas rendah terdapat 6 indikator, kuadran D atau berlebihan terdapat 5 indikator.

**Kata kunci:** kualitas layanan, kualitas layanan internet, *importance-performance analysis*.

# EVALUATION OF SERVICE QUALITY OF INTERNET PROVIDER WIFI.ID PT TELKOM BY IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS APPROACH

Guntur Edo Kurniawan Sanaky

Department of Management, Faculty of Economics, Islamic University of  
Indonesia

[14311268@students.uii.ac.id](mailto:14311268@students.uii.ac.id)

## ABSTRACT

*The aim of this research was to evaluate service quality Wifi.id at Yogyakarta City branch by Importance-Performance Analysis approach. Population of this research was all of consumers from wifi.id. This research used sample of 100 respondents was determined by the probability sampling technique for all of consumers from wifi.id. The instrument of data analysis in this research used Importance-Performance Analysis with data processing by using SPSS version 25. The result of this research can be conclude that consumers were not satisfied on service quality which was given by wifi.id, with an average suitability level of less than 100% or, if averaged overall, the suitability level was 89.04%. Indicators that becomes the main priority or included in quadrant A there were 5 indicators, quadrant B or which have to be maintained there were 4 indicators, quadrant C or low priority there were 6 indicators, quadrant D or excessive there were 5 indicators.*

**Keywords:** *service quality, service quality of internet, importance-performance analysis*

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “EVALUASI KUALITAS LAYANAN PENYEDIA INTERNET WIFI.ID PT TELKOM DENGAN PENDEKATAN *IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS*”.

Penulis menyadari terdapat banyak hambatan dan keterbatasan dalam penulisan skripsi ini. Dengan dukungan, bantuan, bimbingan serta doa dari pihak lain, Alhamdulillah skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa melimpahkan kesehatan, pertolongan, kekuatan, kemudahan dan kelancaran sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Almarhum Ibu Mariyani Sanaky, yang sudah melahirkan dan membesarkan dengan cinta dan kasih sayangnya yang tak terhingga.
3. Bapak Hujair A.H Sanaky, Ibu Siti Yulekho dan sodara kandung Tofan Khadafi Sanaky, Irmatofani Sanaky, Elok Amiyana Sanaky, Nurlaila Sanaky dan Fifi Naili Rohmah Sanaky yang tidak lelahnya memberikan dukungan dan bimbingan pada saya.
4. Keluarga mbah Warman, keluarga gebang dan keluarga mbausanran.

5. Bapak dosen pembimbing Nursya'bani Purnama yang tidak kenal lelah membimbing mahasiswa ini.
6. Kanca-kancaku sek paling yeis dewe raono duane, Bram, Benny, Husen, Octavito, Restu.
7. Konco mbeling jaman SMA, Adhi Cahya, Rendy, Dony, Ardika, Bayu, Helmy, Hapsari, Rinda, Desi, Amel lan sakkabehane.
8. Konco kualiah sek paling juosss, Afri, Alief, Arbha, Ikhwan, Thoriq.
9. Temen-temen KKN uhuy, Khamzah, Edu, Tama, Fiqri, Bintang, Nita, Putri.
10. Responden penelitian, sehingga memperlancar proses penyelesaian skripsi ini.

Serta semuanya yang telah membantu dalam bentuk dukungan atau doa-doa, semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT. Penulis menyadari, skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap, skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Walaikumsalam Wr. Wb.

Yogyakarta, 13 Desember 2019

Penulis,

Guntur Edo Kurniawan Sanaky

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
MOTTO & PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
Bab II .....	8
KAJIAN PUSTAKA .....	8
2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Manajemen Operasional .....	16
2.3. Definisi Kualitas .....	17
2.4. Definisi Layanan .....	20
2.5. Definisi Kualitas Layanan .....	20
2.6. Dimensi Kualitas Layanan .....	21
2.7. Dimensi Kualitas Layanan Internet .....	24
2.8. Metode SERVQUAL .....	26
BAB III .....	28
METODOLOGI PENELITIAN .....	28
3.1. Lokasi dan Objek Penelitian .....	28

3.2.	Data .....	28
3.3.	Unit Analisis .....	29
3.4.	Populasi dan Sampel .....	29
3.5.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	30
3.5.1.	Uji Validitas.....	30
3.5.2.	Uji Reliabilitas.....	31
3.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
3.6.	Teknik Analisis Data .....	35
3.6.1.	<i>Importance-Performance Analysis (IPA)</i> .....	35
BAB IV.....		39
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1.	Karakteristik Responden.....	39
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	40
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
4.2.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	42
4.3.	Deskripsi Hasil Jawaban Responden .....	47
4.3.1.	Tingkat Kepentingan .....	48
4.3.2.	Tingkat Kinerja.....	53
4.4.	Tingkat Kesesuaian.....	58
4.5.	<i>Importance-Performance Analysis</i> .....	61
4.6.	Pembahasan .....	64
BAB V .....		68
KESIMPULAN DAN SARAN .....		68
5.1.	Kesimpulan .....	68
5.2.	Saran .....	70
DAFTAR PUSTAKA.....		72
LAMPIRAN .....		74

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rangkuman Dimensi Kualitas Layanan Terdahulu.....	12
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Pendidikan .....	40
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pada Tingkat Kepentingan .....	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pada Tingkat Kinerja.....	45
Tabel 4.6 Interval Penilaian Kepentingan dan Kinerja.....	47
Tabel 4.7 Data Dimensi Network Quality .....	48
Tabel 4.8 Data Dimensi Customer Service .....	49
Tabel 4.9 Data Dimensi Information Quality.....	50
Tabel 4.10 Data Dimensi Security and Privacy.....	51
Tabel 4.11 Data Dimensi Physical Evidence.....	52
Tabel 4.12 Data Dimensi Network Quality .....	53
Tabel 4.13 Data Dimensi Customer Service .....	54
Tabel 4.14 Data Dimensi Information Quality.....	55
Tabel 4.15 Data Dimensi Security and Privacy.....	56
Tabel 4.16 Data Dimensi Physical Evidence.....	57
Tabel 4.17 Tingkat Kesesuaian Antara Kepentingan dan Kinerja .....	58
Tabel 4.18 Pembagian Kuadran Diagram Kartesius .....	63

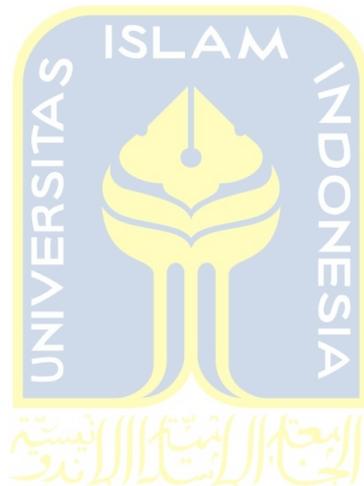
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Diagram Kartesius .....	37
Gambar 4.1 Diagram Kartesius .....	62



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	74
Lampiran 2. Tabulasi Tabulasi Hasil Kuesioner .....	81
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	106



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi kini telah menjadi vital. Khususnya pada penggunaan internet yang kini sudah menjadi suatu kebutuhan. Awal mulanya internet hanya digunakan untuk keperluan militer dengan nama ARPANET (*Advanced Research Project Agency Network*). ARPANET dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada tahun 1969. Seiring dengan perkembangan zaman yang kini sudah semakin maju, kini internet dapat digunakan oleh seluruh masyarakat untuk media bertukar informasi atau berkomunikasi. Dengan adanya internet, memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan dan berkomunikasi.

Di Indonesia sendiri, pengguna internet semakin meningkat tiap tahunnya. Menurut Kemkominfo, jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 telah mencapai 143,26 juta jiwa atau setara 64,68% dari total jumlah penduduk Indonesia. Jumlah tersebut menunjukkan kenaikan sebesar 10,56 juta jiwa dari hasil survey pada tahun 2016 dan akan meningkat seiring dengan berjalannya waktu dan semakin berkembangnya teknologi. Semakin meningkatnya pengguna internet di Indonesia merupakan tanda bahwa persaingan bisnis di kalangan penyedia jasa internet di Indonesia akan semakin ketat. Dengan meningkatnya pengguna internet, kebutuhan konsumen dibidang internet akan semakin meningkat baik itu kualitas produk atau kualitas layanannya. Karena pada masa sekarang dibidang internet

bukan hanya internet cepat yang dicari, akan tetapi kualitas layanan dari perusahaan juga menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih penyedia jasa internet. Hal ini juga didasarkan pada masyarakat yang kini sudah melek teknologi sehingga mengharuskan perusahaan penyedia jasa internet untuk lebih memperhatikan kualitas layanannya. Permasalahan yang sering muncul pada penyedia jasa internet adalah tentang kualitas layanannya. Contohnya adalah ketika internet mengalami *problem (upload/download speed* yang tidak teratur, koneksi terputus, sinyal lemah atau masalah lainnya seperti router yang berhenti berfungsi, dll). Ketika permasalahan itu terjadi konsumen akan komplain ke *customer service* perusahaan tentang permasalahannya, akan tetapi terkadang komplain tersebut tidak diatasi secara langsung atau cepat oleh perusahaan, hal ini menyebabkan konsumen harus menunggu dengan waktu yang tidak diketahui atau tidak pasti. Penyedia jasa internet merupakan perusahaan jasa dan perusahaan jasa akan berhadapan langsung dengan konsumen. Oleh karena itu, kualitas layanan pada penyedia jasa internet memerlukan perhatian khusus dibandingkan perusahaan manufaktur.

Kualitas layanan kini menjadi salah satu aspek penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan, karena kualitas layanan dapat menjadi pembeda dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Konsumen kini lebih mengerti akan tingkat layanan yang mereka dapatkan dan hal ini mendorong suatu perusahaan untuk lebih memperhatikan layanan yang mereka berikan kepada konsumen. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan dan komitmen dari konsumen. Kualitas layanan yang kurang memuaskan dapat berdampak langsung terhadap kelangsungan hidup

perusahaan. Konsumen yang tidak puas dengan kualitas layanan yang diberikan perusahaan akan merasa kecewa dengan layanan yang diberikan perusahaan. Kekecewaan dari konsumen ini dapat ditunjukkan dengan berbagai cara, konsumen dapat menunjukkan rasa kekecewaannya dengan protes secara langsung atau secara tidak langsung. Protes secara langsung biasanya dilakukan oleh konsumen dengan mendatangi *customer service* perusahaan tersebut dan tidak langsung dengan mengirimkan surat protes kepada perusahaan. Kekecewaan dari konsumen ini dapat berbahaya bagi perusahaan, karena apabila perusahaan tidak memperhatikan bentuk kekecewaan atas kualitas layanan yang diberikan, konsumen akan lebih memilih untuk meninggalkan perusahaan dan memilih perusahaan dengan kualitas layanan yang lebih baik. Kehilangan pelanggan dapat menyebabkan penurunan tingkat pendapatan perusahaan dan menyebabkan kerugian yang berujung pada kebangkrutan perusahaan.

Mengingat begitu pentingnya kualitas layanan saat ini, perusahaan harus paham dan dapat mendefinisikan kualitas layanan dengan baik. Perusahaan harus mengetahui bagaimana cara menciptakan dan meningkatkan kualitas layanan, karena kualitas layanan merupakan hal yang sensitif saat ini. Kualitas layanan yang akan diciptakan dan ditingkatkan perusahaan tidak dapat diukur dari sudut pandang perusahaan, namun harus diukur dari sudut pandang konsumen, karena konsumen lah yang menikmati kualitas layanan yang akan diberikan perusahaan. Kualitas layanan yang baik dapat menciptakan hubungan yang baik antara konsumen dan

perusahaan sehingga nantinya perusahaan mendapatkan kepercayaan dan komitmen dari konsumen.

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk atau yang sering disebut TELKOM merupakan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia. PT. Telkom merupakan perusahaan besar yang dapat dipercaya karena sudah melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia dengan memberikan layanan lengkap telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak, layanan seluler, layanan jaringan dan interkoneksi, serta layanan internet dan komunikasi data.

Dalam layanan internet, PT. Telkom memiliki berbagai produk yang dapat dinikmati oleh pelanggannya. Salah satunya adalah wifi.id, wifi.id merupakan jaringan akses broadband yang menjadi media untuk menikmati layanan internet berkecepatan tinggi. Wifi.id menyediakan layanan umum, yaitu internet berbasis teknologi *Wifi Hotspot* dengan kecepatan hingga mencapai 100Mbps. Hal ini tidak lain diperuntukan agar masyarakat di Indonesia semakin mudah untuk menikmati akses internet yang diberikan oleh PT. Telkom.

Seiring dengan berjalannya waktu dan konsumen wifi.id yang semakin bertambah, keluhan saat pemakaian layanan internet wifi.id mulai terlihat. Contohnya adalah gagal registrasi via SMS, koneksi putus-putus, masa aktif voucher dan sms tidak valid, fasilitas fisik yang kurang memadai, gagal login dan *Access Point* mati. Dengan adanya keluhan tersebut, dapat diartikan bahwa terdapat

beberapa aspek yang belum optimal dalam kualitas layanan dan harus dibenahi oleh PT. Telkom sehingga tercipta kualitas layanan yang baik.

Berdasarkan uraian diatas, penulis ingin mengukur kualitas layanan yang diberikan penyedia jasa internet Wifi.id (PT. Telkom) dan harapan konsumen pada kualitas layanan Wifi.id serta dimensi kualitas layanan yang perlu dibenahi dan ditingkatkan oleh Wifi.id (PT. Telkom).

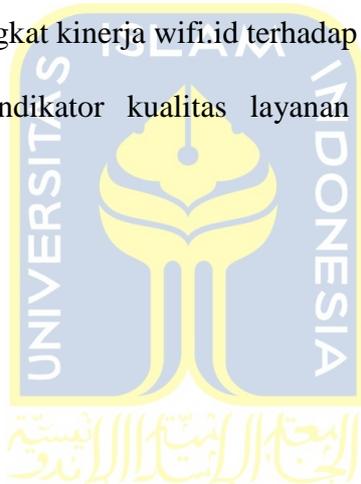


## **1.2.Rumusan Masalah**

- a. Bagaimana tingkat kepentingan konsumen terhadap kualitas layanan internet wifi.id ?
- b. Bagaimana tingkat kinerja wifi.id terhadap kualitas layanan wifi.id ?
- c. Apa saja indikator kualitas layanan internet wifi.id yang harus diperbaiki ?

## **1.3.Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui tingkat kepentingan konsumen terhadap kualitas layanan internet wifi.id.
- b. Untuk mengetahui tingkat kinerja wifi.id terhadap kualitas layanan wifi.id.
- c. Untuk mengetahui indikator kualitas layanan internet wifi.id yang harus diperbaiki.



#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Berikut adalah Beberapa manfaat dari penelitian

a. Bagi penulis

Sebagai media pembelajaran tentang penulisan karya ilmiah. Penelitian ini juga sebagai media untuk menerapkan teori-teori yang sudah dipelajari selama perkuliahan, terutama Manajemen Operasional dan sebagai media pembelajaran untuk memulai suatu bisnis.

b. Bagi perusahaan

Sebagai media untuk mengetahui kekurangan atau kelebihan perusahaan dalam memberikan kualitas layanan kepada konsumen sehingga nantinya perusahaan dapat lebih meningkatkan performanya dalam kualitas layanan sehingga mendapat kepercayaan dari konsumen.

c. Bagi pihak lain

Sebagai informasi tentang kualitas layanan yang diberikan oleh wifi.id dan juga dapat dijadikan acuan atau referensi untuk membuat penelitian selanjutnya.

## Bab II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Jamal M. M. Joudeh & Ala' O. Dandis (2018), dengan judul *Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in an Internet Service Providers*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan penyedia jasa internet/ISP terhadap loyalitas pelanggan melalui efek mediasi dari kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner dengan mengambil sampel 860 konsumen dari berbagai pusat perbelanjaan dan kompleks komersial di Amman, Yordania. Penelitian ini menggunakan 3 variabel, yaitu: *service quality, customer satisfaction dan loyalty*. Dimensi kualitas layanan yang digunakan pada penelitian ini dikaji lagi lebih dalam sehingga mendapatkan dimensi kualitas layanan internet, yaitu: *internet service, price, employees* dan *physical evidence*. Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan internet memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang pada gilirannya dapat mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Studi ini juga mencapai hasil bahwa kualitas layanan yang dibangun dengan baik dapat mengarah pada kepuasan pelanggan dan dapat mengarah pada tingkat loyalitas pelanggan yang lebih baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Thu Nguyen Quach, Paramaporn Thaichon, Charles Jebarajakirthy (2015), dengan judul *Internet Service Providers' service quality and its effect on customer loyalty of different usage patterns*. Penelitian ini mencoba untuk menyelidiki dimensi kualitas layanan ISP, dan pengaruhnya

terhadap loyalitas pelanggan dalam layanan berteknologi tinggi. Data dikumpulkan dari pengguna internet residensial di semua wilayah Thailand pada 2013 dan diperoleh sampel sebesar 1231. Analisis mencakup segmentasi pelanggan ISP berdasarkan pola penggunaan mereka dan mengevaluasi persepsi mereka tentang dimensi kualitas layanan internet. Penelitian ini menggunakan 3 variabel, yaitu: *service quality*, *attitudinal loyalty* dan *behavioural loyalty*. Dimensi kualitas layanan yang digunakan pada penelitian ini dikaji lagi lebih dalam sehingga mendapatkan dimensi kualitas layanan internet, yaitu: *network quality*, *information quality*, *customer service* dan *privacy*. Dengan menggunakan model persamaan *structural* dan teknik bias *bootstrapping*, penelitian ini mengkonfirmasi bahwa dimensi kualitas layanan dapat mempengaruhi *attitudinal* dan *behavioural loyalty*.

Penelitian yang dilakukan oleh Thu Nguyen Quch, Charles Jebarajakirthy, Paramaporn Thaichon (2016), *The effect of service quality on Internet Service Provider customers' behaviour – a mixed methods study*. Penelitian ini memiliki tiga tujuan, yaitu: (1) untuk mengidentifikasi dimensi kualitas layanan ISP, (2) untuk mengevaluasi penyedia layanan, keluhan, dan niat beralih, (3) untuk menyelidiki pengaruh pola penggunaan ISP terhadap persepsi mereka terhadap dimensi kualitas layanan ISP. Data dikumpulkan dari pengguna internet rumahan di Thailand. Penelitian ini menggunakan data utama yang diperoleh dari ISP besar yang sudah mapan di Thailand dan mencakup pelanggan dari seluruh Negara dan mewakili populasi Thailand. Sampel yang diperoleh adalah 2059 dari seluruh responden. Alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Model (SEM)*.

Penelitian ini menggunakan 2 variabel, yaitu: *service quality dan customer behaviour*. Dimensi kualitas layanan yang digunakan pada penelitian ini dikaji lagi lebih dalam sehingga mendapatkan dimensi kualitas layanan internet, yaitu: *network quality, customer service, information quality dan privacy & security*.

Penelitian yang dilakukan oleh Paramaporn Thaichon, Antonio Lobo, Catherine Prentice, Thu Nguyen Quach (2014), *The development of service quality dimensions for internet service providers: Retaining customers of different usage patterns*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara dimensi kualitas layanan yang relevan dari penyedia jasa internet dan nilai persepsi pelanggan, kepercayaan dan komitmen. Data dikumpulkan dari pengguna internet di Thailand. Ukuran sampel yang digunakan adalah 1507. Dimensi kualitas layanan yang digunakan pada penelitian ini dikaji lagi lebih dalam sehingga mendapatkan dimensi kualitas layanan internet, yaitu: *network quality, customer service & technical support, information quality & website support dan security & privacy*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sementara semua dimensi memiliki efek positif pada kepercayaan, hanya kualitas jaringan, dukungan informasi dan privasi yang memengaruhi nilai pelanggan secara signifikan dan dukungan informasi adalah satu-satunya dimensi yang secara langsung terkait dengan komitmen. Selain itu, efek layanan pelanggan dan dukungan informasi pada nilai bervariasi di antara pelanggan dari berbagai pola penggunaan Internet.

Ichsan Dwi Armanto (2018), meneliti mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan INDIEHOME TRIPLE PLAY. Penelitian ini

dilakukan di PT. Telkom Indonesia Tbk Witel Denpasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Telkom Indonesia Tbk Witel Denpasar yang menggunakan produk *Indihome Triple Play*. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 90 pelanggan, dengan menggunakan metode *non probability sampling*. Sedangkan untuk tekniknya menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian adalah dengan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di PT. Telkom Indonesia Tbk Witel Denpasar. Hal ini menunjukkan bahwa apabila seluruh dimensi kualitas layanan dijalankan secara efektif dan konsisten maka kepuasan pelanggan akan sangat meningkat.

Dari penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan di atas dapat disimpulkan terdapat beberapa dimensi kualitas layanan yang dikhususkan untuk penyedia jasa internet, yaitu: *network quality, customer service, information quality, security & privacy dan physical evidence*.

Dari kesimpulan di atas, penelitian ini akan menggunakan dimensi kualitas layanan yang dikhususkan untuk penyedia jasa internet, berikut adalah rangkuman dimensi yang akan dipilih dari penelitian terdahulu:

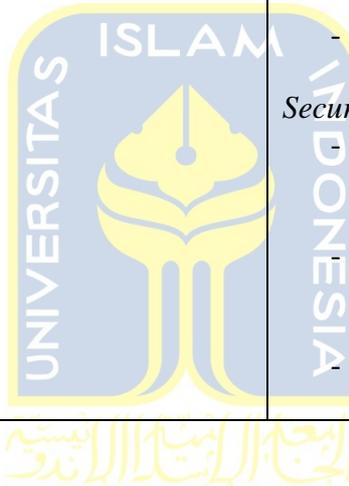
**Tabel 1.1 Rangkuman Dimensi Kualitas Layanan Terdahulu**

Penulis	Tahun	Dimensi kualitas layanan	Item kualitas layanan
Jamal M. M. Joudeh & Ala' O. Dandis	2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Internet service</i></li> <li>- <i>Price</i></li> <li>- <i>Employees</i></li> <li>- <i>Physical evidence</i></li> </ul>	<p><i>Internet service:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Quick communication service</i></li> <li>- <i>Wide geographic coverage</i></li> <li>- <i>Provide strong and high quality network signals</i></li> <li>- <i>Easy access</i></li> <li>- <i>Follow the innovative and advanced technology</i></li> <li>- <i>Provides prompt and quick service</i></li> <li>- <i>Maintain speed of the service during busy times</i></li> </ul> <p><i>Service is competent and efficient</i></p> <p><i>Price:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Company provides reasonable prices</i></li> <li>- <i>Company provides a competitive prices</i></li> <li>- <i>Company provides a various prices offers</i></li> <li>- <i>My provider keeps record and bills accurate</i></li> </ul> <p><i>Employees:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Employees have knowledge to do their job</i></li> <li>- <i>Employees perform the service right</i></li> <li>- <i>Employees are dependable</i></li> <li>- <i>Employees give a personal attention</i></li> <li>- <i>Employees deliver the service according to my needs</i></li> <li>- <i>Employees ready to solve my problems</i></li> </ul> <p><i>Physical evidence:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Physical facilities are</i></li> </ul>

			<p><i>visually appealing</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Branches have an attractive design and decoration, lightning, ventilation, cleanliness and parking</i></li> <li>- <i>Sufficient number branches available</i></li> <li>- <i>It is easy to reach company's branches</i></li> <li>- <i>Branches are located in suitable places</i></li> <li>- <i>Operating hours are convenient</i></li> <li>- <i>Shor waiting time</i></li> </ul>
<p>Thu Nguyen Quach, Paramporn Thaichon dan Charles Jebarajakirthy</p>	2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Network quality</i></li> <li>- <i>Customer service</i></li> <li>- <i>Information quality</i></li> <li>- <i>Privacy</i></li> </ul>	<p><i>Network quality:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>I do not experience any Internet disconnection from this ISP</i></li> <li>- <i>The Internet downloading and uploading speed meet my expectations</i></li> <li>- <i>The Internet speed does not reduce regardless peak or off-peak hours</i></li> </ul> <p><i>Customer service:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Customer service personnel are knowledgeable</i></li> <li>- <i>Customer service personnel are willing to respond to my enquiries</i></li> <li>- <i>My technical problems are solved promptly</i></li> </ul> <p><i>Information quality:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>This ISP provides sufficient information</i></li> <li>- <i>This ISP provides up-to-date information</i></li> <li>- <i>This ISP provides relevant information</i></li> </ul> <p><i>Privacy:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>I feel that my personal information is protected at this ISP</i></li> <li>- <i>I feel that my financial</i></li> </ul>

			<p><i>information is protected at this ISP</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>I feel that the transactions with this ISP are secured</i></li> </ul>
<p>Thu Nguyen Quach, Charles Jebarajakirthy dan Paramporn Thaichon</p>	2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Network quality</i></li> <li>- <i>Customer service</i></li> <li>- <i>Information quality</i></li> <li>- <i>Security &amp; privacy</i></li> </ul>	<p><i>Network quality:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>This ISP service has few errors</i></li> <li>- <i>Downloading/uploading time is speedy enough</i></li> <li>- <i>This ISP service speed responds to my input or clicks</i></li> </ul> <p><i>Customer service:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Customer service personnel are knowledgeable and willing to repond to customer enquires</i></li> </ul> <p><i>When I have a problem, the company shows a sincere interest in solving it</i></p> <p><i>Inquiries are answered properly</i></p> <p><i>Information quality:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>This ISP provides high quality information</i></li> <li>- <i>This ISP provides timely information</i></li> <li>- <i>This ISP provides relevant information</i></li> </ul> <p><i>Security &amp; privacy:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>I feel like my privacy is protected at this ISP</i></li> <li>- <i>I feel safe in my transactions with this ISP</i></li> <li>- <i>This ISP has high security features</i></li> </ul>
<p>Paramporn Thaichon, Antonio Lobo, Catherine Pretince dan Thuy Nguyen Quach</p>	2014	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Network quality</i></li> <li>- <i>Customer service &amp; technical support</i></li> <li>- <i>Information</i></li> </ul>	<p><i>Network quality:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>I do not experience any Internet disconnection from this ISP</i></li> <li>- <i>The Internet downloading and uploading speed meet my expectations</i></li> </ul>

		<p><i>quality website support</i></p> <p>- <i>Security &amp; privacy</i></p>	<p><i>&amp;</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>The Internet speed does not reduce regardless peak or off-peak hours</i></li> </ul> <p><i>&amp;</i></p> <p><i>Customer service:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Customer service personnel are knowledgeable</i></li> <li>- <i>Customer service personnel are willing to respond to my enquiries</i></li> <li>- <i>My technical problems are solved promptly</i></li> </ul> <p><i>Information quality:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>This ISP provides sufficient information</i></li> <li>- <i>This ISP provides up-to-date information</i></li> <li>- <i>This ISP provides relevant information</i></li> </ul> <p><i>Security &amp; privacy:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>I feel that my personal information is protected at this ISP</i></li> <li>- <i>I feel that my financial information is protected at this ISP</i></li> <li>- <i>I feel that the transactions with this ISP are secured</i></li> </ul>
--	--	--	---



## 2.2. Manajemen Operasional

Manajemen operasi didefinisikan sebagai suatu proses yang secara berkesinambungan dan efektif menggunakan fungsi-fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai sumber daya secara efisien dalam rangka mencapai tujuan. Hal ini dikemukakan oleh Fogarty (1989) dalam Eddy (2001).

Disiplin ilmu dan profesi yang mempelajari secara praktis tentang proses perencanaan, mendesain produk, sistem produksi untuk mencapai tujuan organisasi merupakan definisi dari manajemen operasi (Prawirosentono, 2007). Dalam hal ini manajemen operasi meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan dari berbagai kegiatan untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah lebih tinggi. Sedangkan William & Sum (2014) berpendapat, manajemen operasi merupakan dari bagian organisasi yang bertanggung jawab untuk menghasilkan barang dan/atau jasa. Penciptaan barang atau jasa meliputi transformasi atau perubahan input menjadi output. Berbagai input seperti modal, tenaga kerja, alat, dan informasi yang digunakan untuk menciptakan suatu barang atau jasa dengan menggunakan satu atau lebih proses transformasi (misalnya menyimpan, mengangkut, memperbaiki).

Menurut Jay Heizer & Barry Render (2006), manajemen operasi adalah serangkaian kegiatan atau aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah *input* menjadi *output*. Kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa, berlangsung di semua organisasi. Dalam perusahaan manufaktur, kita dapat melihat jelas hasil dari pembuatan produk dalam kehidupan sehari-hari.

Seperti: Tv, Kompor, Kamera, bangku, dan masih banyak lainnya. Sedangkan dalam perusahaan jasa, biasanya tidak berwujud. Akan tetapi, kita dapat merasakan manfaat dari jasa tersebut. Contohnya: internet, ojek, dan masih banyak lainnya.

Dari pemaparan diatas dapat ditarik kesimpulan, manajemen operasi adalah suatu aktivitas atau kegiatan untuk menambahkan nilai lebih kepada suatu bahan baku agar memiliki nilai jual. Seluruh aktivitas atau kegiatan operasi meliputi *input* seperti, perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, perawatan dan seluruh proses yang ada didalamnya sehingga menjadi *output* suatu produk atau jasa yang siap dipasarkan.

### **2.3. Definisi Kualitas**

Menurut Goetsch Davis (1994) dalam Yamit (2001), kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Goetsch Davis menegaskan bahwa kualitas bukan hanya menekankan pada aspek hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses dan kualitas lingkungan. Sangatlah mustahil menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas tanpa melalui perantara manusia dan proses yang berkualitas.

Menurut Nursa'bani Purnama (2006), definisi kualitas bersumber dari dua sisi, produsen dan konsumen. Produsen menentukan persyaratan atau spesifikasi kualitas, sedangkan konsumen menentukan kebutuhan dan keinginan. Pendefinisian akan akurat jika produsen mampu menterjemahkan kebutuhan dan keinginan atas produk ke dalam spesifikasi produk yang dihasilkan.

Keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan yang menjadikan barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen merupakan definisi dari kualitas barang dan jasa. Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan atau konsumen, yang berarti bahwa kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap barang atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan atau atribut-atribut tertentu (Wijaya, Tony 2018).

Dari pemaparan diatas, dapat disimpulkan kualitas adalah seluruh aktivitas yang berkesinambungan baik itu produk, jasa, manusia, lingkungan, dan semua proses yang terlibat didalamnya untuk memenuhi harapan konsumen. Produk atau jasa dapat dikatakan berkualitas tinggi apabila mampu memenuhi atau melebihi harapan konsumen dalam spesifikasinya.

David Garvin (1994) dalam Yamit (2001, p9), mengidentifikasi lima pendekatan perspektif kualitas, yaitu:

1. *Transcendental Approach*

Dalam pendekatan ini kualitas merupakan sesuatu yang dapat dirasakan, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan maupun diukur. Biasanya diterapkan dalam karya seni.

2. *Product-based Approach*

Dalam pendekatan ini kualitas merupakan suatu karakteristik atau atribut yang dapat diukur. Perbedaan kualitas mencerminkan adanya perbedaan atribut yang

dimiliki produk secara objektif, tetapi pendekatan ini tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam selera dan preferensi individual.

### 3. *User-based Approach*

Dalam pendekatan ini kualitas didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada preferensi seseorang atau cocok dengan selera (*fitness for used*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Pandangan subjektif ini menyebabkan perbedaan dalam keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga kualitas bagi seseorang merupakan kepuasan maksimum yang dapat dirasakan.

### 4. *Manufacturing-Based Approach*

Dalam pendekatan ini kualitas bersifat *supply-based* atau dari sudut pandang produsen yang mendefinisikan kualitas sebagai sesuatu yang sesuai dengan persyaratannya (*conformance quality*) dan prosedur. Pendekatan ini menekankan pada kesesuaian spesifikasi yang ditetapkan perusahaan secara internal.

### 5. *Value-based Approach*

Dalam pendekatan ini, memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Kualitas didefinisikan sebagai “*affordable excellence*”. Oleh karena itu, kualitas dalam pandangan ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang bernilai. Produk yang bernilai merupakan produk yang paling tepat dibeli.

## 2.4. Definisi Layanan

Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu merupakan definisi dari layanan (Kotler (2000) dalam Tjiptono (2007). Sedangkan menurut Gronroos (2000) dalam Tjiptono (2007), layanan adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasa (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan kerap kali terjadi dalam jasa, sekalipun pihak-pihak yang terlibat mungkin tidak menyadarinya. Selain itu, kemungkinan juga ada pelanggan tidak berinteraksi langsung perusahaan jasa. Misal, pembelian properti rumah melalui agen.

Istilah *service* mencakup produk dan aktivitas *intangible* dan heterogen yang sulit dirangkum dalam sebuah definisi sederhana. Cakupannya meliputi hasil aktivitas produksi yang mengubah kondisi *consumung unit* (jasa transformasi) maupun fasilitas pertukaran produk atau asset finansial (*margin services*). Hal ini ditegaskan oleh WTO (2010) dalam Tjiptono (2016).

## 2.5. Definisi Kualitas Layanan

Zeithaml (2006, p.93) dalam jurnal Eunince & Hartono (2013), mengemukakan bahwa kualitas layanan merupakan elemen kritis dari persepsi pelanggan akan produk jasa yang diterimanya. Sedangkan Lewis & Booms (1983) dalam Tjiptono

(2007), menjelaskan definisi kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen. Dalam hal ini, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas layanan yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan. Hal ini dikemukakan oleh Tjiptono (2006:59) dalam Barry Ibnu Fernanda (2014).

## **2.6. Dimensi Kualitas Layanan**

Pada era sekarang persaingan dalam dunia bisnis sangatlah ketat, tidak hanya tentang kualitas produk yang dimiliki suatu perusahaan, akan tetapi kualitas layanan dari suatu perusahaan juga harus diperhatikan agar dapat selalu bersaing dengan perusahaan yang sudah ada maupun perusahaan baru yang mungkin lebih mengerti bagaimana kemauan konsumen. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan suatu perusahaan, maka akan tercipta suatu kepuasan dan kepercayaan terhadap produk yang dihasilkan perusahaan tersebut dan nantinya perusahaan akan mendapatkan konsumen yang loyal. Apabila kualitas layanan yang diberikan perusahaan dinilai kurang sesuai dengan harapan konsumen maka perusahaan tersebut bisa kalah dalam persaingan, dikarenakan konsumen akan lebih memilih perusahaan yang memiliki tingkat kualitas layanan yang lebih baik. Hal ini sangat berbahaya bagi perusahaan, karena kehilangan kepercayaan dari konsumen dapat menyebabkan penjualan turun dan lebih parahnya perusahaan dapat gulung tikar karena kehilangan kepercayaan

dan loyalitas dari konsumen. Memang pada era sekarang kualitas layanan merupakan hal yang sangat sensitif, akan tetapi apabila perusahaan dapat menelaah kualitas layanan dan memberikan yang terbaik pada hal ini akan menjadi kekuatan dari perusahaan untuk memenangkan persaingan dalam suatu pasar.

Perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen adalah definisi dari kualitas layanan. Jika kualitas layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan (Parasuraman, et al. 1998 dalam Nursya'bani Purnama 2006).

Berdasarkan pada Parasuraman dkk 1985 (dalam Fritzsimmmons James A & Mona J Fitzsimmons, 2001, hal 45), mereka mengidentifikasi kualitas layanan dari sudut pandang konsumen untuk menilai kualitas layanan, dari situ diperoleh lima dimensi utama yang digunakan oleh konsumen untuk menilai kualitas layanan. Konsumen menggunakan lima dimensi ini untuk menilai kualitas layanan berdasarkan perbandingan antara layanan yang diharapkan dengan apa yang sebenarnya dirasakan.

1. *Reliability* (keandalan), digunakan untuk mengukur kemampuan dalam memberikan layanan seperti yang dijanjikan atau tepat dan dapat diandalkan. Kinerja layanan yang dapat diandalkan adalah suatu ekspektasi bagi konsumen. Sehingga dalam hal ini perusahaan harus mampu untuk memberikan layanan yang telah dijanjikan secara akurat, dapat dipercaya dan diandalkan. Kinerja

layanan harus sesuai dengan ekspektasi konsumen, yang berarti ketepatan waktu, memperlakukan konsumen dengan cara yang sama dan tanpa kesalahan.

2. *Responsiveness* (daya tanggap), kesediaan perusahaan untuk membantu perusahaan dan memberikan layanan yang cepat. Pada dimensi ini, mengharuskan staff perusahaan untuk lebih tanggap, perhatian, tepat dan cepat dalam layanan. Staff perusahaan diharuskan mampu untuk menghadapi pertanyaan, permintaan maupun keluhan dan masalah yang dihadapi konsumen dan mampu untuk menyampaikan informasi yang jelas, karena membuat konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas dapat menimbulkan persepsi negatif dikonsumen dalam kualitas layanan yang diberikan.
3. *Assurance* (jaminan), digunakan untuk mengukur pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan karyawan untuk menyampaikan informasi agar dapat dipercaya, bebas dari risiko, bahaya dan keragu-raguan. Dimensi ini mencakup kompetensi untuk melakukan layanan, kesopanan, komunikasi yang efektif dengan konsumen dan rasa hormat kepada konsumen. Hal ini berarti perusahaan harus mampu membangkitkan rasa percaya dan keyakinan konsumen bahwa perusahaan mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumennya.
4. *Empathy* (perhatian), digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan konsumen dan memberikan perhatian lebih kepada setiap konsumen. Dimensi ini menekankan perusahaan agar dapat memberikan perhatian yang lebih, tulus dan bersifat individual kepada konsumen dengan maksud untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

5. *Tangible* (bukti fisik), digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menyediakan fasilitas fisik, peralatan, personel dan kemampuan komunikasi yang baik kepada konsumen. Dimensi ini menekankan kemampuan perusahaan dalam menyediakan fasilitas fisik seperti tata letak peralatan, gedung, komunikasi serta penampilan fisik dari personel perusahaan.

## **2.7. Dimensi Kualitas Layanan Internet**

Berbicara tentang kualitas layanan penyedia jasa internet, tentunya akan sedikit berbeda dengan kualitas layanan perusahaan pada umumnya, karena layanan yang diberikan berhubungan dengan jaringan untuk menghubungkan satu media elektronik dengan media lainnya. Pada penelitian ini, dimensi kualitas layanan internet diambil dari penelitian yang sudah ada, yaitu:

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Thu Nguyen Quach, Paramporn Thaichon, Charles Jebarajakirty pada tahun 2016 dengan judul *The effect of service quality on Internet Service Provider customer'behaviour- A mixed methods study*. Dari penelitian ini diambil satu dimensi, yaitu:
  1. *Customer Service*: didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menangani permasalahan atau memberikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Dalam penyedia jasa internet menyangkut tentang pengetahuan karyawan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan respon karyawan dalam menangani permasalahan pelanggan.

- b. Penelitian yang dilakukan oleh Thu Nguyen Quach, Paramporn Thaichon, Charles Jebarajakirty pada tahun 2015 dengan judul *internet service providers' service quality and its effect on customer loyalty of different usage patterns*. Dari penelitian terdahulu ini diambil satu dimensi, yaitu:
1. *Information Quality*: didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam memberikan informasi berkaitan dengan perusahaan atau perihal tentang produk yang diberikan perusahaan. Dalam penyedia jasa internet ini menyangkut tentang pada akurasi, kelengkapan, dan format informasi yang diberikan oleh perusahaan.
- c. Penelitian yang dilakukan oleh Jamal M. M. Joudeh & Ala' O. Dandis pada tahun 2018 dengan judul *service quality, customer satisfaction and loyalty in an internet service providers*. Dari penelitian ini diambil satu dimensi, yaitu:
1. *Physical Evidence*: didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menyediakan fasilitas fisik, peralatan dan karyawan. Dalam penyedia jasa internet ini menyangkut tentang gedung yang dimiliki perusahaan, tatal letak perusahaan, peralatan yang dimiliki perusahaan dan penampilan karyawan.
- d. Penelitian yang dilakukan oleh Paramaporn Thaichon, Antonio Lobo, Catherine Prentice, Thu Nguyen Quach pada tahun 2014 dengan judul *The development of service quality dimensions for internet service*

*providers: Retaining customers of different usage patterns.* Dari penelitian ini diambil dua dimensi, yaitu:

1. *Network Quality*: didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menjaga kualitas internet yang diberikan kepada pelanggan. Dalam penyedia jasa internet, network quality menyangkut tentang kualitas dan kekuatan sinyal jaringan, jumlah kesalahan, kecepatan uploading/downloading.
2. *Security & Privacy*: didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menjaga keamanan data milik pelanggan dan keamanan dalam bertransaksi. Dalam penyedia jasa internet ini menyangkut tentang perasaan aman dari pelanggan dan keselamatan selama transaksi dan penggunaannya.

## **2.8. Metode SERVQUAL**

Metode servqual merupakan metode yang paling sering digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Servqual sendiri berasal dari kata *Service Quality* atau kualitas layanan. Menurut Fandy Tjiptono (2007), model SERVQUAL didasarkan pada asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja jasa pada atribut-atribut relevan dengan standar ideal/sempurna untuk masing-masing atribut jasa. Bila kinerja sesuai dengan atau melebihi standar maka persepsi atas kualitas jasa keseluruhan akan positif dan sebaliknya. Dengan kata lain, model ini menganalisis gap antara dua variabel pokok, yakni jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*). Selisih antara persepsi dengan harapan

disebut dengan “gap” atau kesenjangan kualitas layanan. Selisih dari gap ini digunakan untuk mengukur kualitas layanan, dengan rincian sebagai berikut:

1. Jika gap positif (Persepsi > Harapan)

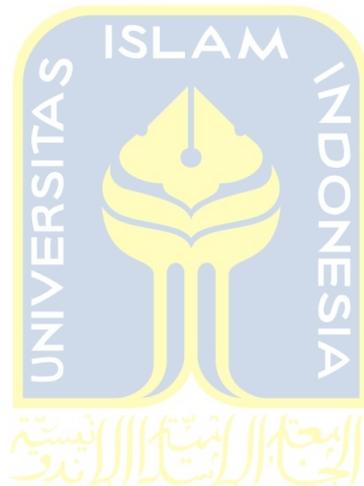
Layanan dikatakan “*surprise*” dan memuaskan

2. Jika gap nol (Persepsi = Harapan)

Layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan

3. Jika gap negatif (Persepsi < Harapan)

Layanan dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1.Lokasi dan Objek Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan. Penetapan lokasi penelitian merupakan tahap penting dalam penelitian, penetapan lokasi penelitian berarti mengindikasikan objek penelitian ikut ditetapkan Sehingga mempermudah penulis dalam melakukan penelitian. Lokasi dapat mengacu pada suatu wilayah tertentu atau lembaga tertentu. Lokasi penelitian dilakukan di wifi.id corner cabang kota Yogyakarta atau lebih tepatnya cabang jakal dan kota baru.

Sedangkan untuk objek penelitian adalah konsumen dari penyedia jasa internet Wifi.id corner cabang kota Yogyakarta.

#### **3.2.Data**

Data merupakan sesuatu yang diketahui. Sekarang data diartikan sebagai informasi yang diterimanya tentang suatu kenyataan atau fenomena empiris, wujudnya dapat merupakan seperangkat ukuran (kuantitatif, berupa angka-angka) atau berupa ungkapan kata-kata (*verbalize*) atau kualitatif. Hal ini dikemukakan oleh Noor Juliansyah (2011).

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Pada penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner.

### 3.3. Unit Analisis

Menurut Morissan (2012), unit analisis adalah seluruh hal yang kita teliti untuk mendapatkan penjelasan ringkas mengenai keseluruhan unit dan untuk menjelaskan berbagai perbedaan di antara unit analisis tersebut. Unit analisis pada penelitian ini adalah individu, sebagai konsumen dari Wifi.id cabang kota Yogyakarta.

### 3.4. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan dari kumpulan elemen yang memiliki sejumlah karakteristik umum, yang terdiri dari bidang-bidang untuk diteliti ( Amirullah, 2015). Sedangkan menurut Indriantoro & Supomo (2018), populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi (Pandjaitan & Aripin, 2017). Sedangkan menurut Amirullah (2015), sampel merupakan suatu sub kelompok dari populasi yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen dari wifi.id corner cabang kota Yogyakarta.

Dalam penelitian ini penentuan sampel diambil dengan menggunakan teknik *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama pada setiap elemen populasi untuk dipilih sebagai sampel (Ibnu, 1998). Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling* adalah teknik yang paling sederhana. Sampel diambil secara acak, tanpa memperhatikan tingkatan yang ada dalam populasi, tiap elemen populasi memiliki peluang yang sama dan diketahui

untuk terpilih sebagai subjek (Noor Juliansyah, 2011). Pada penelitian ini, populasi tidak diketahui jumlahnya. Sampel pada penelitian ini adalah sebagian konsumen dari Wifi.id corner cabang kota Yogyakarta. Menurut Wibisono (2003), untuk menentukan sampel pada populasi yang tidak diketahui jumlahnya dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \left( \frac{Z\alpha/2\sigma}{e} \right)^2 = \left( \frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel  
 $Z\alpha$  = Nilai tabel Z, 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95%  
 $\sigma$  = Standar deviasi populasi adalah 0,25  
e = Tingkat kesalahan, tingkat kesalahan maksimum adalah 5%

$n = 96,04 \approx 97$  atau dibulatkan menjadi 100. Dengan demikian sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 100 responden.

### 3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 3.5.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah kuesioner layak digunakan sebagai instrumen. Menurut Bilson Simamora (2001), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Validitas menunjukkan seberapa seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukuran dapat dikatakan valid

apabila mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Hal ini kemukakan oleh Jogiyanto, 2007.

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan metode korelasi *bivariate pearson*. Uji validitas dengan metode ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor setiap item pertanyaan dengan skor total dari keseluruhan item. Selanjutnya uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ . Apabila hasil dari perhitungan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$ , maka dapat dikatakan instrumen tersebut valid (Ghozali, 2011), sebaliknya apabila nilai  $r_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $r_{tabel}$  maka dapat dikatakan instrumen tersebut tidak valid.

### 3.5.2. Uji Reliabilitas

Menurut Supardi (2005), reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Sedangkan menurut Jogiyanto (2007), reliabilitas adalah tingkat seberapa besar suatu pengukur mengukur dengan stabil dan konsisten.

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan koefisien *cronbach alpha*. Instrumen dalam penelitian dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,6, sebaliknya apabila kurang dari 0,6 instrumen penelitian dikatakan tidak reliabel. Menurut Ghozali (2011), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,6.

### 3.6. Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Kuesioner

Pada penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner untuk teknik pengumpulan datanya. Menurut Noor Juliansyah (2011), kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Penilaian jawaban dari masing-masing responden dilakukan dengan menggunakan skala Likert lima point, yang terdiri dari:

a. Tingkat kepentingan (*importance*)

SP	: Sangat penting	= 5
P	: Penting	= 4
CP	: Cukup penting	= 3
TP	: Tidak penting	= 2
STP	: Sangat tidak penting	= 1

b. Tingkat kinerja (*performance*)

SS	: Sangat setuju	= 5
S	: Setuju	= 4
N	: Netral	= 3
TS	: Tidak setuju	= 2
STS	: Sangat tidak setuju	= 1

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik penelitian dengan mengumpulkan sumber bacaan atau referensi yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan dengan harapan dapat menemukan teori, konsep, maupun variabel yang dapat mendukung penelitian. Sumber data penelitian ini diperoleh melalui buku, jurnal maupun artikel dari internet.

**3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Menurut Juliansyah Noor (2011), definisi operasional merupakan bagian yang mendefinisikan sebuah konsep/variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi (indikator) dari suatu konsep/variabel. Variabel adalah segala sesuatu yang dapat diberi berbagai macam nilai (Indriantoro & Supomo, 2018). Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas layanan yang terdiri atas lima dimensi, yaitu: *network quality*, *customer service*, *information quality*, *security and privacy* dan *physical evidence*.

1. *Network Quality* adalah kemampuan perusahaan penyedia jasa internet untuk menjaga kualitas internetnya. Indikatornya adalah:

- a. Saya tidak mengalami pemutusan internet dari penyedia jasa internet ini
  - b. Kecepatan *download/upload* internet memenuhi harapan saya
  - c. Saya tidak mengalami masalah selama menggunakan penyedia jasa internet ini
  - d. Kecepatan internet tidak mengalami masalah terlepas dari jam sibuk atau diluar jam sibuk
2. *Customer Service* adalah kemampuan perusahaan dalam menangani masalah yang dimiliki pelanggan atau memberikan yang dibutuhkan pelanggan. Indikatornya adalah:
- a. Personil *customer service* penyedia jasa internet ini berpengetahuan luas
  - b. Personil *customer service* penyedia jasa internet ini bersedia untuk menanggapi kebutuhan pelanggan
  - c. Ketika saya memiliki masalah pada internet, penyedia jasa internet ini menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya
  - d. Masalah teknis internet saya pada penyedia jasa internet ini diselesaikan dengan segera
3. *Information Quality* adalah kemampuan perusahaan memberikan informasi terbaru perihal perusahaan atau produknya. Indikatornya adalah:
- a. Penyedia jasa internet ini memberikan informasi yang cukup
  - b. Penyedia jasa internet ini memberikan informasi yang relevan
  - c. Penyedia jasa internet ini memberika informasi terkini

4. *Security and Privacy* adalah kemampuan perusahaan dalam menjaga keamanan data pelanggan dan keamanan saat bertransaksi. Indikatornya adalah:
- a. Saya merasa bahwa informasi pribadi saya dilindungi di penyedia jasa internet ini
  - b. Saya merasa bahwa informasi keuangan saya dilindungi di penyedia jasa internet ini
  - c. Saya merasa bahwa transaksi dengan penyedia jasa internet ini terjamin keamanannya
  - d. Penyedia jasa internet ini memiliki fitur keamanan tinggi
5. *Physical Evidence* adalah kemampuan perusahaan dalam menyediakan fasilitas fisik yang memadai. Indikatornya adalah:
- a. Fasilitas fisik menarik secara visual
  - b. Fasilitas fisik memadai
  - c. Tempat parkir yang cukup
  - d. Sangat mudah untuk mencapai perusahaan ini
  - e. Perusahaan terletak ditempat yang strategis

### **3.6. Teknik Analisis Data**

#### **3.6.1. *Importance-Performance Analysis (IPA)***

*Importance-performance analysis* pertama kali dikenalkan oleh Martila dan James pada tahun 1997 dengan tujuan mengevaluasi kelemahan dan kekuatan perusahaan, sehingga nantinya dapat digunakan untuk

meningkatkan kinerja perusahaan. Metode IPA mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai “*quadrant analysis*”. Dengan kata lain, perusahaan membandingkan antara harapan konsumen terhadap kualitas layanan perusahaan dengan kinerja yang telah dilakukan oleh perusahaan. Apabila tingkat kinerjanya lebih tinggi daripada tingkat harapan berarti konsumen sudah puas dengan kualitas layanan perusahaan dan sebaliknya apabila harapan konsumen lebih tinggi dibandingkan dengan kinerja perusahaan, maka dapat dikatakan konsumen belum puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Pada metode *Importance-Performance Analysis*, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja perusahaan. Nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja yang diperoleh dari penilaian responden kemudian dianalisis menggunakan *Importance Performance Matrix* atau yang sering disebut diagram kartesius, dimana sumbu x mewakili kinerja sedangkan sumbu y mewakili kepentingan. Selanjutnya dihitung tingkat kesesuaian menggunakan nilai rata-rata dari penilaian kinerja dan kepentingan yang sudah diperoleh, tingkat kesesuaian digunakan untuk menentukan persepsi puas atau tidaknya layanan yang diberikan. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk mengukur tingkat kesesuaian kinerja dan kepentingan:

$$Tki = \frac{\sum Xi}{\sum Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

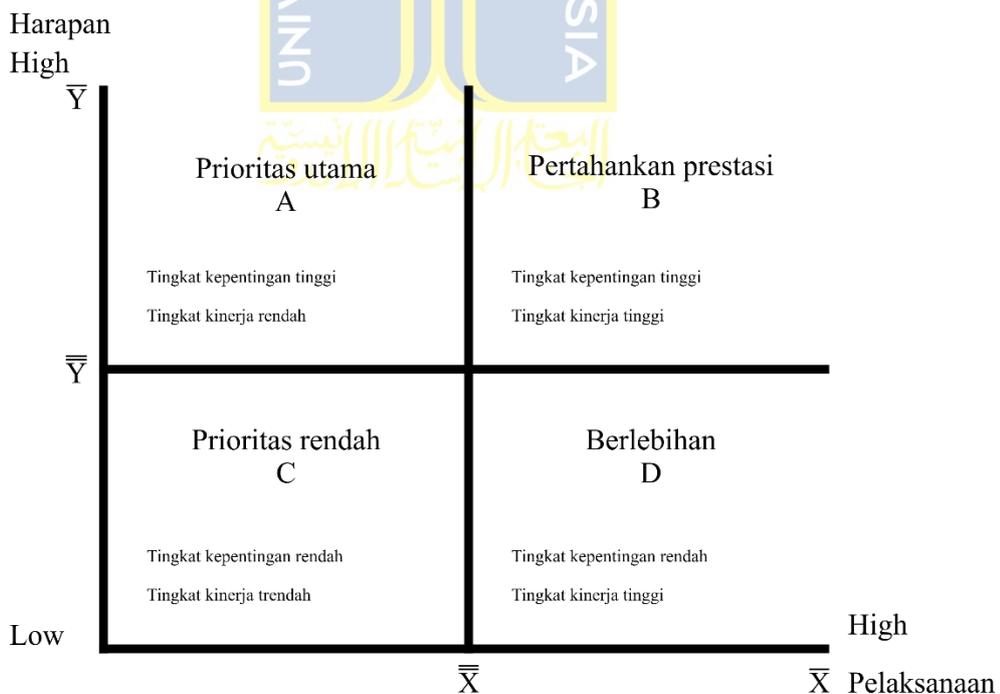
Tki : Tingkat kesesuaian pelanggan

Xi : Jumlah skor penilaian kinerja

Yi : Jumlah skor penilaian kepentingan

Jika hasil tingkat kesesuaian < 100% maka dianggap tidak memuaskan, sedangkan apabila = 100% berarti puas dan >100% berarti sangat memuaskan.

Berikut adalah gambaran dari kuadran yang diperoleh dari analisis rata-rata penilaian kinerja dan kepentingan menggunakan *Importance-Performance Analysis*.



**Gambar 3.1 Diagram Kartesius**

1. Kuadran A (Prioritas utama)

Menunjukkan unsur atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga mengecewakan atau tidak puas.

2. Kuadran B (Pertahankan prestasi)

Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan, oleh karena itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan memuaskan.

3. Kuadran C (Prioritas rendah)

Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Pelaksanaannya oleh perusahaan biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

4. Kuadran D (Berlebihan)

Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting, tapi memuaskan.

Data yang akan diolah menggunakan metode *Importance-Performance Analysis* diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada para konsumen penyedia jasa internet Wifi.id cabang kota Yogyakarta.

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan disajikan proses pengolahan dan hasil analisis data. Dimulai dari analisis data karakteristik responden, uji validitas dan reliabilitas dan dilanjutkan dengan analisis *Importance-Performance Analysis* menggunakan SPSS versi 25. Pada bab sebelumnya sudah dijelaskan bahwa pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada responden yaitu, pelanggan Wifi.id cabang kota Yogyakarta. 100 kuesioner telah disebarakan kepada 100 responden dan telah kembali dengan utuh dan layak untuk dianalisis.

#### 4.1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna layanan internet wifi.id corner cabang kota Yogyakarta dengan jumlah sebanyak 100 responden. Sebanyak 100 kuesioner telah diberikan kepada responden dan telah kembali dengan utuh serta diisi dengan benar sehingga dapat dianalisis lebih lanjut.

Karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan. Berikut adalah hasil analisis karakteristik responden.

##### 4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dibagi menjadi dua yaitu, laki-laki dan perempuan. Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	80	80%
Perempuan	20	20%
Total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah Laki-laki dengan presentase sebanyak 80% dan sisanya adalah Perempuan dengan presentase 20%.

#### 4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dibagi menjadi empat yaitu, SD, SMP, SMA/SMK dan Akademi/Universitas. Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Pendidikan**

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD	0	0%
SMP	0	0%
SMA/SMK	13	13%
Akademi/Universitas	87	87%
Total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan pendidikan, mayoritas responden adalah Akademi/Universitas dengan presentase 87% dan sisanya adalah SMA/SMK dengan presentase 13%.

#### 4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dibagi menjadi enam yaitu, pelajar/mahasiswa, PNS, ABRI/POLRI, pegawai swasta, guru/dosen dan wira usaha. Gambaran responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	70	70%
PNS	0	0%
ABRI/POLRI	2	2%
Pegawai Swasta	15	15%
Guru/Dosen	4	4%
Wira Usaha	9	9%
Total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden adalah Pelajar/Mahasiswa dengan presentase 70% dan sisanya Pegawai Swasta dengan presentase 15%, Guru/Dosen dengan presentase 4%, Wira Usaha dengan presentase 9%, ABRI/POLRI dengan presentase 2%.

#### 4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Kuesioner yang sudah disebarakan kepada 100 dan telah kembali, selanjutnya akan diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan SPSS versi 25. Uji validitas dan reliabilitas ini diperuntukan untuk memberikan bukti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel serta dapat dipertanggungjawabkan. Cara yang digunakan pada validitas adalah dengan membandingkan nilai  $r_{tabel}$  dan nilai  $r_{hitung}$ . Ketentuan yang digunakan pada penelitian ini yaitu  $r_{tabel}$ ,  $df = n - 2$  dengan tingkat signifikan sebesar 0.05. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir kuesioner dinyatakan valid. Dengan jumlah responden yang didapatkan 100, maka untuk menentukan  $r_{tabel}$  yaitu:  $100 - 2 = 98$ , maka  $r_{tabel}$  yang didapatkan adalah sebesar 0.1966. Sedangkan untuk uji reliabilitas, ketentuan yang digunakan yaitu apabila nilai Cronbach Alpha  $> 0.6$  maka dapat dinyatakan reliabel, sebaliknya apabila nilai Cronbach Alpha  $< 0.6$  maka pertanyaan yang diajukan tidak reliabel. Berikut adalah hasil uji validitas dan reliabilitas menggunakan SPSS versi 25:

**Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pada Tingkat Kepentingan**

Kode	Variabel/ Indikator	Reliability		Validity		Status
		Nilai	Cut Off	Tingkat Signifikan 0.05		
				Nilai	Cut Off	
	<b>Network Quality</b>	<b>0.799</b>	<b>0.6</b>			<b>Reliabel</b>
NQ1	Saya tidak mengalami pemutusan internet dari penyedia jasa internet ini			<b>0.732</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
NQ2	Kecepatan <i>download/upload</i> internet memenuhi harapan saya			<b>0.796</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
NQ3	Saya tidak mengalami masalah selama menggunakan penyedia jasa internet ini			<b>0.790</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
NQ4	Kecepatan internet tidak mengalami masalah terlepas dari jam sibuk atau diluar jam sibuk			<b>0.838</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
	<b>Customer Service</b>	<b>0.844</b>	<b>0.6</b>			<b>Reliabel</b>
CS1	Personil customer service penyedia jasa internet ini berpengetahuan luas			<b>0.828</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
CS2	Personil customer service penyedia jasa internet ini bersedia untuk menanggapi kebutuhan saya			<b>0.862</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
CS3	Ketika saya memiliki masalah pada internet, penyedia jasa internet ini menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya			<b>0.868</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
CS4	Masalah teknik internet saya pada penyedia jasa internet ini diselesaikan dengan segera			<b>0.744</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
	<b>Information Quality</b>	<b>0.838</b>	<b>0.6</b>			<b>Reliabel</b>
IQ1	Penyedia jasa internet ini memberikan informasi yang cukup			<b>0.860</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
IQ2	Penyedia jasa internet ini memberikan informasi yang relevan			<b>0.876</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
IQ3	Penyedia jasa internet ini memberikan informasi terkini			<b>0.872</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>

	<b>Security and Privacy</b>	<b>0.876</b>	<b>0.6</b>			<b>Reliabel</b>
SP1	Saya merasa bahwa informasi pribadi saya terlindungi di penyedia jasa internet ini			<b>0.833</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
SP2	Saya merasa bahwa informasi keuangan saya terlindungi di penyedia jasa internet ini			<b>0.889</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
SP3	Saya merasa bahwa transaksi dengan penyedia jasa internet ini terjamin keamanannya			<b>0.881</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
SP4	Penyedia jasa internet ini memiliki fitur keamanan tinggi			<b>0.815</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
	<b>Physical Evidence</b>	<b>0.718</b>	<b>0.6</b>			<b>Reliabel</b>
PE1	Fasilitas fisik menarik secara visual			<b>0.640</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
PE2	Fasilitas fisik memadai			<b>0.613</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
PE3	Tempat parkir yang cukup			<b>0.671</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
PE4	Sangat mudah untuk mencapai lokasi penyedia jasa internet ini			<b>0.738</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
PE5	Penyedia jasa internet ini terletak ditempat yang strategis			<b>0.777</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>

Sumber: data primer diolah, 2019



**Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pada Tingkat Kinerja**

Kode	Variabel/ Indikator	Reliability		Validity		Status
		Nilai	Cut Off	Tingkat Signifikan 0.05		
				Nilai	Cut Off	
	<b>Network Quality</b>	<b>0.776</b>	<b>0.6</b>			<b>Reliabel</b>
NQ1	Saya tidak mengalami pemutusan internet dari penyedia jasa internet wifi.id			<b>0.722</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
NQ2	Kecepatan <i>download/upload</i> internet wifi.id memenuhi harapan saya			<b>0.728</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
NQ3	Saya tidak mengalami masalah selama menggunakan penyedia jasa internet wifi.id			<b>0.832</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
NQ4	Kecepatan internet wifi.id tidak mengalami masalah terlepas dari jam sibuk atau diluar jam sibuk			<b>0.813</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
	<b>Customer Service</b>	<b>0.772</b>	<b>0.6</b>			<b>Reliabel</b>
CS1	Personil customer service penyedia jasa internet wifi.id berpengetahuan luas			<b>0.637</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
CS2	Personil customer service penyedia jasa internet wifi.id bersedia untuk menanggapi kebutuhan saya			<b>0.778</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
CS3	Ketika saya memiliki masalah pada internet, penyedia jasa internet wifi.id menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya			<b>0.871</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
CS4	Masalah teknik internet saya pada penyedia jasa internet wifi.id diselesaikan dengan segera			<b>0.807</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
	<b>Information Quality</b>	<b>0.717</b>	<b>0.6</b>			<b>Reliabel</b>
IQ1	Penyedia jasa internet wifi.id memberikan informasi yang cukup			<b>0.743</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
IQ2	Penyedia jasa internet wifi.id memberikan informasi yang relevan			<b>0.835</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
IQ3	Penyedia jasa internet wifi.id			<b>0.821</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>

	memberikan informasi terkini					
	<b>Security and Privacy</b>	<b>0.884</b>	<b>0.6</b>			<b>Reliabel</b>
SP1	Saya merasa bahwa informasi pribadi saya terlindungi di penyedia jasa internet wifi.id			<b>0.892</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
SP2	Saya merasa bahwa informasi keuangan saya terlindungi di penyedia jasa internet wifi.id			<b>0.878</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
SP3	Saya merasa bahwa transaksi dengan penyedia jasa internet wifi.id terjamin keamanannya			<b>0.903</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
SP4	Penyedia jasa internet wifi.id memiliki fitur keamanan tinggi			<b>0.770</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
	<b>Physical Evidence</b>	<b>0.763</b>	<b>0.6</b>			<b>Reliabel</b>
PE1	Fasilitas fisik wifi.id menarik secara visual			<b>0.789</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
PE2	Fasilitas fisik wifi.id memadai			<b>0.644</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
PE3	Tempat parkir wifi.id cukup			<b>0.696</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
PE4	Sangat mudah untuk mencapai lokasi penyedia jasa internet wifi.id			<b>0.764</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>
PE5	Penyedia jasa internet wifi.id terletak ditempat yang strategis			<b>0.685</b>	<b>0.1966</b>	<b>Valid</b>

Sumber: data primer diolah, 2019

### 4.3.Deskripsi Hasil Jawaban Responden

Deskripsi hasil jawaban responden bertujuan untuk menggambarkan ringkasan hasil jawaban responden pada variabel yang sudah ditentukan, dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan yang dibagi menjadi lima: *network quality*, *customer service*, *information quality*, *security & privacy* dan *physical evidence*.

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data original sehingga skala data harus interval, hal ini bertujuan untuk mengetahui nilai rata-rata dari masing-masing responden. Dalam menentukan kriteria penilaian responden maka dapat dilakukan dengan interval sebagai berikut:

Skor persepsi terendah adalah 1

Skor persepsi tertinggi adalah 5

$$Interval = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

Berdasarkan hasil perhitungan skala interval diatas, diperoleh kategori tingkat kepentingan dan kinerja sebagai berikut:

**Tabel 4.6 Interval Penilaian Kepentingan dan Kinerja**

Interval	Kepentingan	Kinerja
1,00 s/d 1,80	Sangat Tidak Penting	Sangat Tidak Baik
1,81 s/d 2,60	Tidak Penting	Tidak Baik
2,61 s/d 3,40	Cukup	Cukup
3,41 s/d 4,20	Penting	Baik
4,21 s/d 5,00	Sangat Penting	Sangat Baik

### 4.3.1. Tingkat Kepentingan

#### a. Dimensi Network Quality

Secara keseluruhan, tanggapan dari responden saat menilai indikator dimensi *network quality* masuk dalam kategori penting dengan rata-rata penilaian 4.157. Penilaian tertinggi pada dimensi *network quality* terletak pada indikator NQ1 dan NQ2 dengan rata-rata penilaian 4.24. Penilaian terendah pada dimensi *network quality* terletak pada NQ3 dengan rata-rata penilaian 4. NQ4 mendapatkan rata-rata penilaian 4.15.

**Tabel 4.7 Data Dimensi Network Quality**

NO	Indikator Network Quality	Rata-rata	Kriteria
1	Tidak mengalami pemutusan internet dari penyedia jasa internet ini	4.24	Sangat penting
2	Kecepatan <i>download/upload</i> internet memenuhi harapan	4.24	Sangat penting
3	Tidak mengalami masalah selama menggunakan penyedia jasa internet ini	4	Penting
4	Kecepatan internet tidak mengalami masalah terlepas dari jam sibuk atau diluar jam sibuk	4.15	Penting
Rata-rata total		4.157	Penting

Sumber: data primer diolah, 2019

b. Dimensi Customer Service

Secara keseluruhan, tanggapan dari responden saat menilai indikator dimensi *customer service* masuk dalam kategori penting dengan rata-rata penilaian 4.185. Penilaian tertinggi pada dimensi *customer service* terletak pada indikator CS4 dengan rata-rata penilaian 4.23 dan penilaian terendah pada dimensi *customer service* terletak pada CS1 dengan rata-rata penilaian 4.15. CS2 mendapatkan rata-rata penilaian 4.19 dan CS3 mendapatkan rata-rata penilaian 4.17.

**Tabel 4.8 Data Dimensi Customer Service**

NO	Indikator Customer Service	Rata-rata	Kriteria
1	Personil customer service penyedia jasa internet ini berpengetahuan luas	4.15	Penting
2	Personil customer service penyedia jasa internet ini bersedia untuk menanggapi kebutuhan	4.19	Penting
3	Ketika memiliki masalah pada internet, penyedia jasa internet ini menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya	4.17	Penting
4	Masalah teknik internet pada penyedia jasa internet ini diselesaikan dengan segera	4.23	Sangat penting
Rata-rata total		4.185	Penting

Sumber: data primer diolah, 2019

c. Dimensi Information Quality

Secara keseluruhan, tanggapan dari responden saat menilai indikator dimensi *information* masuk dalam kategori sangat penting dengan rata-rata penilaian 4.246. Penilaian tertinggi pada dimensi *information quality* terletak pada indikator IQ3 dengan rata-rata penilaian 4.28 dan penilaian terendah pada dimensi *information quality* terletak pada IQ1 dengan rata-rata penilaian 4.21. IQ2 mendapatkan rata-rata penilaian 4.25.

**Tabel 4.9 Data Dimensi Information Quality**

NO	Indikator Information Quality	Rata-rata	Kriteria
1	Penyedia jasa internet ini memberikan informasi yang cukup	4.21	Sangat penting
2	Penyedia jasa internet ini memberikan informasi yang relevan	4.25	Sangat penting
3	Penyedia jasa internet ini memberikan informasi terkini	4.28	Sangat penting
Rata-rata total		4.246	Sangat penting

Sumber: data primer diolah, 2019

d. Dimensi Security and Privacy

Secara keseluruhan, tanggapan dari responden saat menilai indikator dimensi *security and privacy* masuk dalam kategori sangat penting dengan rata-rata penilaian 4.525. Penilaian tertinggi pada dimensi *security and privacy* terletak pada indikator SP1 dengan rata-rata penilaian 4.6 dan penilaian terendah pada dimensi *security and privacy* terletak pada SP3 dengan rata-rata penilaian 4.51. SP2 mendapatkan rata-rata penilaian 4.46 dan SP4 mendapatkan rata-rata penilaian 4.53.

**Tabel 4.10 Data Dimensi Security and Privacy**

NO	Indikator Security and Privacy	Rata-rata	Kriteria
1	Informasi pribadi terlindungi di penyedia jasa internet ini	4.6	Sangat penting
2	Informasi keuangan terlindungi di penyedia jasa internet ini	4.46	Sangat penting
3	Transaksi dengan penyedia jasa internet ini terjamin keamanannya	4.51	Sangat penting
4	Penyedia jasa internet ini memiliki fitur keamanan tinggi	4.53	Sangat penting
Rata-rata total		4.525	Sangat penting

Sumber: data primer diolah, 2019

e. Dimensi Physical Evidence

Secara keseluruhan, tanggapan dari responden saat menilai indikator dimensi *physical evidence* masuk dalam kategori sangat penting dengan rata-rata penilaian 4.268. Penilaian tertinggi pada dimensi *physical evidence* terletak pada indikator PE4 dan PE5 dengan rata-rata penilaian 4.35 dan penilaian terendah pada dimensi *physical evidence* terletak pada PE1 dengan rata-rata penilaian 4.01. PE2 mendapatkan rata-rata penilaian 4.33 dan PE3 mendapatkan rata-rata penilaian 4.28.

**Tabel 4.11 Data Dimensi Physical Evidence**

NO	Indikator Physical Evidence	Rata-rata	Kriteria
1	Fasilitas fisik menarik secara visual	4.01	Penting
2	Fasilitas fisik memadai	4.33	Sangat penting
3	Tempat parkir yang cukup	4.28	Sangat penting
4	Sangat mudah untuk mencapai lokasi penyedia jasa internet ini	4.35	Sangat penting
5	Penyedia jasa internet ini terletak ditempat yang strategis	4.35	Sangat penting
Rata-rata total		4.268	Sangat penting

Sumber: data primer diolah, 2019

### 4.3.2. Tingkat Kinerja

#### a. Dimensi Network Quality

Secara keseluruhan, tanggapan dari responden saat menilai indikator dimensi *network quality* masuk dalam kategori baik dengan rata-rata penilaian 3.65. Penilaian tertinggi pada dimensi *network quality* terletak pada indikator NQ1 dengan rata-rata penilaian 3.9 dan penilaian terendah pada dimensi *network quality* terletak pada NQ4 dengan rata-rata penilaian 3.33. NQ2 mendapatkan rata-rata penilaian 3.83 dan NQ3 mendapatkan rata-rata penilaian 3.54.

**Tabel 4.12 Data Dimensi Network Quality**

NO	Indikator Network Quality	Rata-rata	Kriteria
1	Tidak mengalami pemutusan internet dari penyedia jasa internet wifi.id	3.9	Baik
2	Kecepatan <i>download/upload</i> internet wifi.id memenuhi harapan	3.83	Baik
3	Tidak mengalami masalah selama menggunakan penyedia jasa internet wifi.id	3.54	Baik
4	Kecepatan internet wifi.id tidak mengalami masalah terlepas dari jam sibuk atau diluar jam sibuk	3.33	Cukup
Rata-rata total		3.65	Baik

Sumber: data primer diolah, 2019

b. Dimensi Customer Service

Secara keseluruhan, tanggapan dari responden saat menilai indikator dimensi *customer service* masuk dalam kategori baik dengan rata-rata penilaian 3.67. Penilaian tertinggi pada dimensi *customer service* terletak pada indikator CS2 dengan rata-rata penilaian 3.82 dan penilaian terendah pada dimensi *customer service* terletak pada CS4 dengan rata-rata penilaian 3.55. CS1 mendapatkan rata-rata penilaian 3.62 dan CS3 mendapatkan rata-rata penilaian 3.69.

**Tabel 4.13 Data Dimensi Customer Service**

NO	Indikator Customer Service	Rata-rata	Kriteria
1	Personil customer service penyedia jasa internet wifi.id berpengetahuan luas	3.62	Baik
2	Personil customer service penyedia jasa internet wifi.id bersedia untuk menanggapi kebutuhan	3.82	Baik
3	Ketika memiliki masalah pada internet, penyedia jasa internet wifi.id menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya	3.69	Baik
4	Masalah teknik internet pada penyedia jasa internet wifi.id diselesaikan dengan segera	3.55	Baik
Rata-rata total		3.67	Baik

Sumber: data primer diolah, 2019

c. Dimensi Information Quality

Secara keseluruhan, tanggapan dari responden saat menilai indikator dimensi *information quality* masuk dalam kategori baik dengan rata-rata penilaian 3.943. Penilaian tertinggi pada dimensi *information quality* terletak pada indikator IQ1 dengan rata-rata penilaian 4.03. IQ2 dan IQ3 mendapatkan rata-rata penilaian yang sama, yaitu 3.9.

**Tabel 4.14 Data Dimensi Information Quality**

NO	Indikator Information Quality	Rata-rata	Kriteria
1	Penyedia jasa internet wifi.id memberikan informasi yang cukup	4.03	Baik
2	Penyedia jasa internet wifi.id memberikan informasi yang relevan	3.9	Baik
3	Penyedia jasa internet wifi.id memberikan informasi terkini	3.9	Baik
Rata-rata total		3.943	Baik

Sumber: data primer diolah, 2019

d. Dimensi Security and Privacy

Secara keseluruhan, tanggapan dari responden saat menilai indikator dimensi *security and privacy* masuk dalam kategori baik dengan rata-rata penilaian 3.695. Penilaian tertinggi pada dimensi *security and privacy* terletak pada indikator SP3 dengan rata-rata penilaian 3.78 dan penilaian terendah pada dimensi *security and privacy* terletak pada SP4 dengan rata-rata penilaian 3.55. SP1 mendapatkan rata-rata penilaian 3.71 dan SP2 mendapatkan rata-rata penilaian 3.74.

**Tabel 4.15 Data Dimensi Security and Privacy**

NO	Indikator Security and Privacy	Rata-rata	Kriteria
1	Informasi pribadi terlindungi di penyedia jasa internet wifi.id	3.71	Baik
2	Informasi keuangan terlindungi di penyedia jasa internet wifi.id	3.74	Baik
3	Transaksi dengan penyedia jasa internet wifi.id terjamin keamanannya	3.78	Baik
4	Penyedia jasa internet wifi.id memiliki fitur keamanan tinggi	3.55	Baik
Rata-rata total		3.695	Baik

Sumber: data primer diolah, 2019

e. Dimensi Physical Evidence

Secara keseluruhan, tanggapan dari responden saat menilai indikator dimensi *physical evidence* masuk dalam kategori baik dengan rata-rata penilaian 3.988. Penilaian tertinggi pada dimensi *physical evidence* terletak pada indikator PE5 dengan rata-rata penilaian 4.27 dan penilaian terendah pada dimensi *physical evidence* terletak pada indikator PE1 dengan rata-rata 3.51. PE2 mendapatkan rata-rata penilaian 3.73, PE3 mendapatkan rata-rata penilaian 4.22 dan PE4 mendapatkan rata-rata penilaian 4.21.

**Tabel 4.16 Data Dimensi Physical Evidence**

NO	Indikator Physical Evidence	Rata-rata	Kriteria
1	Fasilitas fisik wifi.id menarik secara visual	3.51	Baik
2	Fasilitas fisik wifi.id memadai	3.73	Baik
3	Tempat parkir wifi.id cukup	4.22	Sangat baik
4	Sangat mudah untuk mencapai lokasi penyedia jasa internet wifi.id	4.21	Sangat baik
5	Penyedia jasa internet wifi.id terletak ditempat yang strategis	4.27	Sangat baik
Rata-rata total		3.988	Baik

Sumber: data primer diolah, 2019

#### 4.4. Tingkat Kesesuaian

Dalam penelitian ini, alat analisis yang digunakan adalah *Importance-Performance Analysis*. Dalam penggunaan alat analisis ini, kita harus menentukan tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan. Tingkat kesesuaian digunakan untuk mengukur kepuasan layanan yang diberikan, dengan membandingkan antara tingkat kinerja dengan kepentingan. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Tki = \frac{\sum Xi}{\sum Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki : Tingkat kesesuaian pelanggan

Xi : Jumlah skor penilaian kinerja

Yi : Jumlah skor penilaian kepentingan

Apabila tingkat kesesuaian < 100% dapat diartikan tidak puas, = 100% dapat diartikan puas dan > 100% dapat diartikan sangat memuaskan.

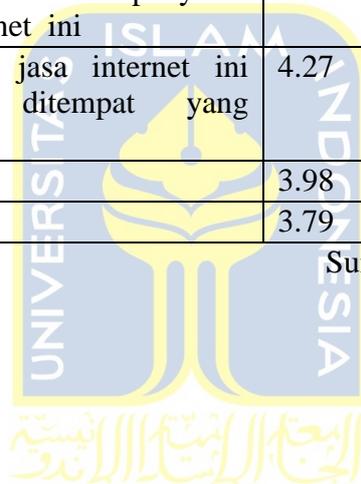
**Tabel 4.17 Tingkat Kesesuaian Antara Kepentingan dan Kinerja**

NO	Indikator	Penilaian kinerja	Penilaian kepentingan	Presentase Kesesuaian
Dimensi Network Quality				
1	Saya tidak mengalami pemutusan internet dari penyedia jasa internet ini	3.9	4.24	91.98%
2	Kecepatan <i>download/upload</i> internet memenuhi harapan saya	3.83	4.24	90.33%
3	Saya tidak mengalami masalah selama menggunakan penyedia jasa internet ini	3.54	4	88.50%

4	Kecepatan internet tidak mengalami masalah terlepas dari jam sibuk atau diluar jam sibuk	3.33	4.15	80.24%
	Rata-rata	3.65	4.15	87.76%
Dimensi Customer Service				
5	Personil customer service penyedia jasa internet ini berpengetahuan luas	3.62	4.15	87.22%
6	Personil customer service penyedia jasa internet ini bersedia untuk menanggapi kebutuhan saya	3.82	4.19	91.16%
7	Ketika saya memiliki masalah pada internet, penyedia jasa internet ini menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya	3.69	4.17	88.48%
8	Masalah teknik internet saya pada penyedia jasa internet ini diselesaikan dengan segera	3.55	4.23	83.92%
	Rata-rata	3.67	4.18	87.69%
Dimensi Information Quality				
9	Penyedia jasa internet ini memberikan informasi yang cukup	4.03	4.21	95.27%
10	Penyedia jasa internet ini memberikan informasi yang relevan	3.9	4.25	91.76%
11	Penyedia jasa internet ini memberikan informasi terkini	3.9	4.28	91.12%
	Rata-rata	3.94	4.24	92.71%
Dimensi Security and Privacy				
12	Saya merasa bahwa informasi pribadi saya terlindungi di penyedia jasa internet ini	3.71	4.6	80.65%
13	Saya merasa bahwa informasi keuangan saya terlindungi di penyedia jasa internet ini	3.74	4.46	83.85%

14	Saya merasa bahwa transaksi dengan penyedia jasa internet ini terjamin keamanannya	3.78	4.51	83.81%
15	Penyedia jasa internet ini memiliki fitur keamanan tinggi	3.55	4.53	88.08%
	Rata-rata	3.69	4.52	84.09%
Dimensi Physical Evidence				
16	Fasilitas fisik menarik secara visual	3.51	4.03	87.09%
17	Fasilitas fisik memadai	3.73	4.33	86.14%
18	Tempat parkir yang cukup	4.22	4.28	98.59%
19	Sangat mudah untuk mencapai lokasi penyedia jasa internet ini	4.21	4.35	96.78%
20	Penyedia jasa internet ini terletak ditempat yang strategis	4.27	4.35	98.16%
	Rata-rata	3.98	4.26	92.95%
	Rata-rata total	3.79	4.28	89.04%

Sumber: data primer diolah, 2019

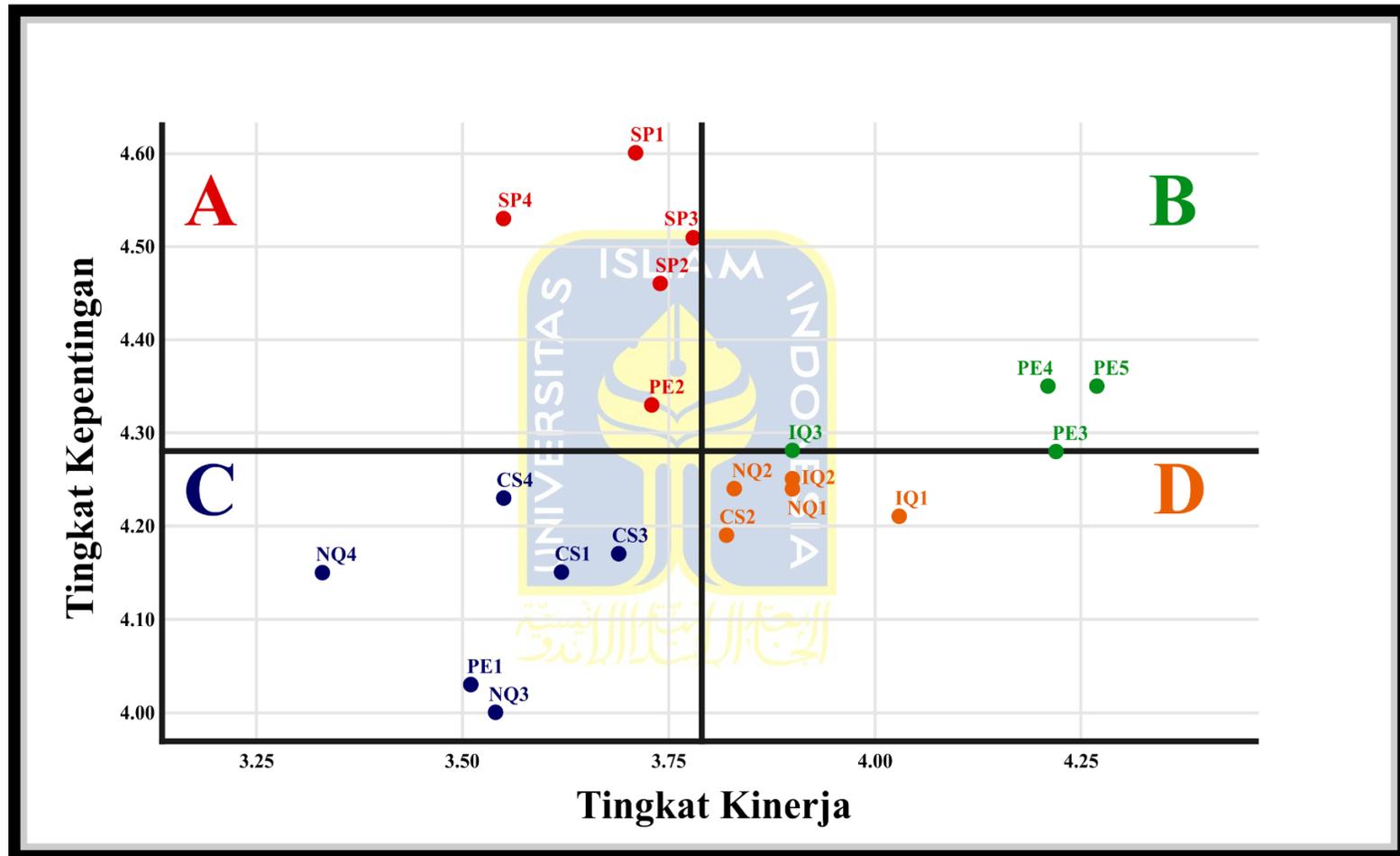


#### ***4.5.Importance-Performance Analysis***

Penelitian ini menggunakan metode *importance-performance analysis*, langkah-langkah yang digunakan dalam metode *importance-performance analysis* adalah dengan menentukan rata-rata dari keseluruhan penilaian kepentingan dan kinerja responden pada setiap dimensi, rata-rata dari penilaian tersebut digunakan untuk menentukan tingkat kesesuaian dari setiap indikator yang ada. Selanjutnya, rata-rata penilaian kepentingan dan kinerja tersebut dimasukkan dalam diagram karteseius sesuai dengan kuadran yang sudah ditentukan. Berikut adalah hasil dari rata-rata penilaian kepentingan dan kinerja dari analisis data yang sudah dilakukan:



Gambar 4.1 Diagram Kartesius



**Tabel 4.18**

**Tabel 4.18 Pembagian Kuadran Diagram Kartesius**

Kuadran A	Kuadran B
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Saya merasa bahwa informasi pribadi saya terlindungi di penyedia jasa internet ini (SP1)</li> <li>- Saya merasa bahwa informasi keuangan saya terlindungi di penyedia jasa internet ini (SP2)</li> <li>- Saya merasa bahwa transaksi dengan penyedia jasa internet ini terjamin keamanannya (SP3)</li> <li>- Penyedia jasa internet ini memiliki fitur keamanan tinggi (SP4)</li> <li>- Fasilitas fisik memadai (PE2)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penyedia jasa internet ini memberikan informasi terkini (IQ3)</li> <li>- Tempat parkir yang cukup (PE3)</li> <li>- Sangat mudah untuk mencapai lokasi penyedia jasa internet ini (PE4)</li> <li>- Penyedia jasa internet ini terletak ditempat yang strategis (PE5)</li> </ul>
Kuadran C	Kuadran D
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Saya tidak mengalami masalah selama menggunakan penyedia jasa internet ini (NQ3)</li> <li>- Kecepatan internet tidak mengalami masalah terlepas dari jam sibuk atau diluar jam sibuk (NQ4)</li> <li>- Personil customer service penyedia jasa internet ini berpengetahuan luas (CS1)</li> <li>- Ketika saya memiliki masalah pada internet, penyedia jasa internet ini menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya (CS3)</li> <li>- Masalah teknik internet saya pada penyedia jasa internet ini diselesaikan dengan segera (CS4)</li> <li>- Fasilitas fisik menarik secara visual (PE1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Saya tidak mengalami pemutusan internet dari penyedia jasa internet ini (NQ1)</li> <li>- Kecepatan <i>download/upload</i> internet memenuhi harapan saya (NQ2)</li> <li>- Personil customer service penyedia jasa internet ini bersedia untuk menanggapi kebutuhan saya (CS2)</li> <li>- Penyedia jasa internet ini memberikan informasi yang cukup (IQ1)</li> <li>- Penyedia jasa internet ini memberikan informasi yang relevan (IQ2)</li> </ul>

#### 4.6. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data karakteristik responden diatas, mayoritas pengguna jasa internet Wifi.id cabang kota Yogyakarta menurut jenis kelamin adalah laki-laki (80%) dari 100 responden dan sisanya adalah perempuan (20%). Menurut pendidikan mayoritas pengguna adalah akademi/universitas (87%) dari 100 responden dan sisanya SMA/SMK (13%). Sedangkan menurut pekerjaan, mayoritas pengguna adalah pelajar/mahasiswa (70%) dari 100 responden dan sisanya adalah ABRI/POLRI (2%), Pegawai Swasta (15%), Guru/Dosen (4%) dan Wira Usaha (9%).

Berdasarkan hasil analisis data dimensi *network quality* terhadap kinerja masuk ke dalam kategori baik dengan nilai rata-rata 3.65, sedangkan untuk *network quality* terhadap kepentingan masuk ke dalam kategori penting dengan nilai rata-rata 4.16. Dalam dimensi *network quality* terdapat indikator yang perlu ditingkatkan karena belum memuaskan yaitu, saya tidak mengalami masalah selama menggunakan penyedia jasa internet ini (NQ3) dengan tingkat kesesuaian 88.50% dan kecepatan internet tidak mengalami masalah terlepas dari jam sibuk atau diluar jam sibuk (NQ4) dengan tingkat kesesuaian 80.24%. Untuk indikator yang dianggap kurang penting tapi memuaskan, saya tidak mengalami pemutusan internet dari penyedia jasa internet ini (NQ1) dengan tingkat kesesuaian 91.98% dan kecepatan *download/upload*

internet memenuhi harapan saya (NQ2) dengan tingkat kesesuaian 90.33%.

Berdasarkan hasil analisis data dimensi *customer service* terhadap kinerja masuk ke dalam kategori baik dengan nilai rata-rata 3.67, sedangkan untuk *customer service* terhadap kepentingan masuk ke dalam kategori penting dengan nilai rata-rata 4.18. Dalam dimensi *customer service* terdapat indikator yang dianggap kurang memuaskan yaitu, personil customer service penyedia jasa internet ini berpengetahuan luas (CS1) dengan tingkat kesesuaian 87.22%, ketika saya memiliki masalah pada internet, penyedia jasa internet ini menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya (CS3) dengan tingkat kesesuaian 88.48%, masalah teknik internet saya pada penyedia jasa internet ini diselesaikan dengan segera (CS4) dengan tingkat kesesuaian 83.92%. Sedangkan untuk indikator yang dianggap kurang penting tapi memuaskan yaitu, personil customer service penyedia jasa internet ini bersedia untuk menanggapi kebutuhan saya (CS2) dengan tingkat kesesuaian 91.16%.

Berdasarkan hasil analisis data dimensi *information quality* terhadap kinerja masuk ke dalam kategori baik dengan nilai rata-rata 3.94, sedangkan untuk *information quality* terhadap kepentingan masuk ke dalam kategori sangat penting dengan nilai rata-rata 4.24. Dalam dimensi *information quality* terdapat indikator yang dianggap kurang penting tapi memuaskan yaitu, penyedia jasa internet ini memberikan informasi yang cukup (IQ1) dengan tingkat kesesuaian 95.27% dan penyedia jasa internet

ini memberikan informasi yang relevan (IQ2) dengan tingkat kesesuaian 91.76%. Untuk indikator yang dianggap sangat penting dan memuaskan yaitu, Penyedia jasa internet ini memberikan informasi terkini (IQ3) dengan tingkat kesesuaian 91.12%.

Berdasarkan hasil analisis data dimensi *security and privacy* terhadap kinerja masuk ke dalam kategori baik dengan nilai rata-rata 3.69, sedangkan untuk *security and privacy* terhadap kepentingan masuk ke dalam kategori sangat penting dengan nilai rata-rata 4.52. Dalam dimensi *security and privacy* semua indikator masuk ke dalam prioritas utama, yaitu unsur yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakan sehingga mengecewakan atau tidak puas. Indikatornya adalah saya merasa bahwa informasi pribadi saya terlindungi di penyedia jasa internet ini (SP1) dengan tingkat kesesuaian 80.65%, saya merasa bahwa informasi keuangan saya terlindungi di penyedia jasa internet ini (SP2) dengan tingkat kesesuaian 83.85%, Saya merasa bahwa transaksi dengan penyedia jasa internet ini terjamin keamanannya (SP3) dengan tingkat kesesuaian 83.81% dan penyedia jasa internet ini memiliki fitur keamanan tinggi (SP4) dengan tingkat kesesuaian 88.08%.

Berdasarkan hasil analisis data dimensi *physical evidence* terhadap kinerja masuk ke dalam kategori baik dengan nilai rata-rata 3.98, sedangkan *physical evidence* terhadap kepentingan masuk ke dalam kategori sangat penting dengan nilai rata-rata 4.28. Dalam dimensi *physical evidence* terdapat indikator yang dianggap kurang penting dan

kurang memuaskan yaitu, fasilitas fisik menarik secara visual (PE1) dengan tingkat kesesuaian 87.09%. Sedangkan indikator yang menjadi prioritas utama, karena sangat penting akan tetapi mengecewakan adalah fasilitas fisik memadai (PE2) dengan tingkat kesesuaian 86.14%. Untuk indikator yang dianggap sangat penting dan memuaskan serta wajib dipertahankan adalah tempat parkir yang cukup (PE3) dengan tingkat kesesuaian 98.59%, sangat mudah untuk mencapai lokasi penyedia jasa internet ini (PE4) dengan tingkat kesesuaian 96.78% dan penyedia jasa internet ini terletak ditempat yang strategis (PE5) dengan tingkat kesesuaian 98.16%.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan hasil dari analisis data kinerja dan kepentingan dari 100 responden, pelanggan Wifi.id cabang kota Yogyakarta menunjukkan belum merasa puas atas kualitas layanan yang diberikan karena mendapatkan skor rata-rata total tingkat kesesuaian 89.04% (< 100%). Tempat parkir yang cukup (PE3) adalah indikator yang dapat dikatakan paling memuaskan pelanggan karena memiliki tingkat kesesuaian 98.59%. Indikator kecepatan internet tidak mengalami masalah terlepas dari jam sibuk atau diluar jam sibuk (NQ4) dapat dikatakan paling tidak memuaskan karena memiliki tingkat kesesuaian 80.24%.
2. Tingkat kinerja dan tingkat kepentingan terhadap dimensi *network quality*, *customer service*, *information quality*, *security and privacy* dan *physical evidence* masuk dalam kategori baik untuk tingkat kinerja dengan nilai rata-rata total 3.79 dan sangat penting untuk tingkat kepentingan dengan nilai rata-rata 4.28.

3. Dari hasil analisis diagram kartesius, titik koordinat yang berada dalam kuadran A adalah yang menjadi prioritas utama Wifi.id cabang kota Yogyakarta, yaitu saya merasa bahwa informasi pribadi saya terlindungi di penyedia jasa internet ini (SP1), saya merasa bahwa informasi keuangan saya terlindungi di penyedia jasa internet ini (SP2), saya merasa bahwa transaksi dengan penyedia jasa internet ini terjamin keamanannya (SP3), penyedia jasa internet ini memiliki fitur keamanan tinggi (SP4) dan fasilitas fisik memadai (PE2). Kelima indikator ini masuk ke dalam dimensi *security and privacy* dan *physical evidence*. Kuadran B atau yang dianggap sangat penting dan memuaskan sehingga harus dipertahankan oleh Wifi.id cabang kota Yogyakarta yaitu, penyedia jasa internet ini memberikan informasi terkini (IQ3), tempat parkir yang cukup (PE3), sangat mudah untuk mencapai lokasi penyedia jasa internet ini (PE4) dan penyedia jasa internet ini terletak ditempat yang strategis (PE5). Ke-empat indikator ini masuk dalam dimensi *information quality* dan *physical evidence*. Kuadran C atau yang dianggap memiliki prioritas rendah karena kurang penting dan kurang memuaskan yaitu, saya tidak mengalami masalah selama menggunakan penyedia jasa internet ini (NQ3), kecepatan

internet tidak mengalami masalah terlepas dari jam sibuk atau diluar jam sibuk (NQ4), personil customer service penyedia jasa internet ini berpengetahuan luas (CS1), ketika saya memiliki masalah pada internet, penyedia jasa internet ini menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya (CS3), masalah teknik internet saya pada penyedia jasa internet ini diselesaikan dengan segera (CS4) dan fasilitas fisik menarik secara visual (PE1). Ke-enam indikator ini masuk dalam dimensi *network quality*, *customer service* dan *physical evidence*. Kuadran D atau yang dianggap berlebihan dalam pelaksanaannya dan kurang penting akan tetapi memuaskan yaitu, saya tidak mengalami pemutusan internet dari penyedia jasa internet ini (NQ1), kecepatan *download/upload* internet memenuhi harapan saya (NQ2), personil customer service penyedia jasa internet ini bersedia untuk menanggapi kebutuhan saya (CS2), penyedia jasa internet ini memberikan informasi yang cukup (IQ1), penyedia jasa internet ini memberikan informasi yang relevan (IQ2). Ke-lima indikator ini masuk dalam dimensi *network quality*, *customer service* dan *information quality*.

## 5.2.Saran

Berdasarkan pada kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan, penulis ingin memberikan saran yang dapat dipertimbangkan

oleh Wifi.id cabang kota Yogyakarta. Saran-saran yang dapat dipertimbangkan adalah sebagai berikut:

1. Wifi.id cabang kota Yogyakarta memperbaiki indikator-indikator yang terdapat dalam kuadran A yaitu, indikator yang membahas tentang keamanan dari segi transaksi, data pribadi, fitur-fitur keamanan dan fasilitas fisik yang diberikan kepada pelanggan.
2. Wifi.id cabang kota Yogyakarta diharap dapat mempertahankan atau malah meningkatkan kualitas layanan pada indikator-indikator yang terdapat pada kuadran B. Indikator-indikator ini membahas tentang kualitas fasilitas fisik yang diberikan Wifi.id kepada pelanggan dan informasi terbaru mengenai Wifi.id.
3. Wifi.id cabang kota Yogyakarta memperbaiki indikator pada dimensi *network quality* (NQ4) yang membahas tentang ke-stabilan kecepatan internet ketika sedang dalam jam sibuk atau ramai pelanggan dan saat diluar jam sibuk atau lenggang. Indikator ini memiliki kesesuaian terendah yaitu 80.24%, dimana ini menunjukkan ketidakpuasan terhadap ke-stabilan kecepatan internet yang diberikan Wifi.id cabang kota Yogyakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Prawirosentono, Suyadi. 2007. Definisi Manajemen Operasi. Edisi Keempat. PT. BUMI AKSARA.
- A, Fitzsimmons James & Mona J Fitzsimmons. 2001. Service Management: Operations, Strategy & Information Technology. Third Edition. McGraw-HILL INTERNATIONAL EDITIONS.
- Yamit, Zulian. 2001. Manajemen Kualitas: Produk dan Jasa. Edisi Pertama. Yogyakarta: EKONISIA.
- Purnama, Nursya'bani. 2006. Manajemen Kualitas: Perspektif Global. Edisi Pertama. Yogyakarta: EKONISIA.
- Wijaya, Tony. 2018. Manajemen Kualitas: Desain Servqual, QFD, dan KANO. Edisi Kedua. Jakarta: INDEKS.
- Heizer, Jay & Barry Render. 2006. Operations Management. Edisi Ketujuh. Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. 2007. Service, Quality & Satisfaction. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.
- Amirullah. 2015. Populasi dan sampel. Malang: Banyumedia Publishing Malang.
- Firnanda, Barry Ibnu. 2014. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN STARBUCKS COFFEE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Starbucks Coffee di Bandung). Universitas Telkom.
- Koentjoro, Eunince Madah & Hartono Subagio. 2013. "PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION DI COFFEE BEAN GALAXYMALL SURABAYA*" dalam jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1, No. 2, (2013) 1-6. Universitas Kristen Petra.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. 2016. Service, Quality & Satisfaction. Edisi Keempat. ANDI.
- Noor, Juliansyah. 2011. Metodologi Penelitian. Edisi Pertama. Kencana Prenada Media Group.
- Indriantoro, Nur & Bambang Supomo. 2018. Metodologi Penelitian Bisnis – untuk Akuntansi dan Manajemen. Edisi Pertama. Andi & BPFE Yogyakarta.
- Jogiyanyo. 2007. Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman. Edisi 2007. BPFE YOGYAKARTA.
- Wibisono, Dermawan. 2003. Riset Bisnis. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Subiyanto, Ibnu. 1998. Metodologi Penelitian: MANajemen dan Akuntansi. Edisi 3. UPP AMP YKPN.

- Pandjaitan, Dorothy Rouly Haratua & Aripin Ahmad. Metode Penelitian untuk Bisnis. Edisi Pertama. Aura Publishing
- Herjanto, Eddy. 2001. Manajemen Operasi. Edisi Ketiga. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Martila, John A & John C. James. 1977. *Importance-Performance Analysis*. American Marketing Association. Journal of Marketing, Vol. 41, No. 1, pp. 77-79.
- Simamora, Bilson. 2001. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Supardi, 2005. Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis. Cetakan Pertama. UII Press Yogyakarta.
- Thaichon, Paramaporn, Antonio Lobo, Catherine Prentice & Thuy Nguyen Quach. 2014. *The development of service quality dimensions for internet service providers: Retaining customers of different usage patterns*. Journal of Retailing and Consumer Service, 21 (2014), 1047-1058.
- Quach, Thu Nguyen, Paramaporn Thaichon & Charles Jebarajakirthy. 2015. *Internet service providers' service quality and its effect on customer loyalty of different usage patterns*. Journal of Retailing and Consumer Service, 29 (2016), 104-113.
- Quach, Thu Nguyen, Charles Jebarajakirthy & Paramaporn Thaichon. 2016. *The effects of service quality on Internet Service Provider customers' behaviour - a mixed methods study*. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 28 Iss 3 pp.
- Joudeh, Jamal M. M. & Ala' O Dandis. 2018. *Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in an Internet Service Providers*. International Journal of Business and Management, Vol. 13, No. 8.
- Armanto, Ichsan Dwi. 2018. Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *INDIEHOME TRIPLE PLAY*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 3.
- Morissan. 2012. Metode Penelitian Survei. Edisi Pertama. KENCANA.

## LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1

#### KUESIONER PENELITIAN

Kepada:

Yth: Bapak/Ibu/Saudara

Di Tempat

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia

Nama : Guntur Edo Kurniawan Sanaky

NIM : 14311268

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Dalam rangka mencari data guna menyusun skripsi dengan judul **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA PENYEDIA JASA INTERNET WIFL.ID (WIFL.ID CORNER CABANG YOGYAKARTA)”**, maka saya memohon bantuan serta kesediaan waktu Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner ini.

Atas partisipasi dan kesediaan waktu yang telah diberikan oleh Bapak/Ibu/Saudara dalam mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Hormat saya,

Peneliti

(Guntur Edo Kurniawan Sanaky)

## DAFTAR PERTANYAAN

### Karakteristik Responden

Mohon diisi pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda silang pada jawaban yang paling sesuai.

1. Nama:
2. Jenis Kelamin:
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
3. Pendidikan:
  - a. SD
  - b. SMP
  - c. SMA/SMK
  - d. Akademi/Universitas
4. Pekerjaan:
  - a. Pelajar/Mahasiswa
  - b. PNS
  - c. ABRI/POLRI
  - d. Pegawai Swasta
  - e. Guru/Dosen
  - f. Wira Usaha



### **Petunjuk Pengisian Kuesioner**

1. Pilihlah jawaban pertanyaan dibawah sesuai dengan kenyataan dan harapan yang anda rasakan.
2. Bapak/Ibu/Saudara dapat memberikan tanda centang pada salah satu jawaban pada kolom yang disediakan.
3. Kriteria penilaian :

Tingkat Kinerja:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Tingkat Kepentingan:

SP : Sangat Penting

P : Penting

CP : Cukup Penting

TP : Tidak Penting

STP : Sangat Tidak Penting



## Tingkat Kinerja

1. **Network Quality** yakni kemampuan perusahaan untuk menjaga kualitas internet yang diberikan kepada pelanggan.

NO.	Variabel Network Quality	SS	S	N	TS	STS
1	Saya tidak mengalami pemutusan internet dari penyedia jasa internet wifi.id					
2	Kecepatan <i>download/upload</i> internet wifi.id memenuhi harapan saya					
3	Saya tidak mengalami masalah selama menggunakan penyedia jasa internet wifi.id					
4	Kecepatan internet wifi.id tidak mengalami masalah terlepas dari jam sibuk atau diluar jam sibuk					

2. **Customer Service** yakni kemampuan perusahaan untuk menangani permasalahan atau memberikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan.

NO.	Variabel Customer Service	SS	S	N	TS	STS
1	Personil customer service penyedia jasa internet wifi.id berpengetahuan luas					
2	Personil customer service penyedia jasa internet wifi.id bersedia untuk menanggapi kebutuhan saya					
3	Ketika saya memiliki masalah pada internet, penyedia jasa internet wifi.id menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya					
4	Masalah teknik internet saya pada penyedia jasa internet wifi.id diselesaikan dengan segera					

3. **Information Quality** yakni kemampuan perusahaan dalam memberikan informasi berkaitan dengan perusahaan atau perihal tentang produk yang diberikan perusahaan.

NO.	Variabel Information Quality	SS	S	N	TS	STS
1	Penyedia jasa internet wifi.id memberikan informasi yang cukup					
2	Penyedia jasa internet wifi.id memberikan informasi yang relevan					
3	Penyedia jasa internet wifi.id memberikan informasi terkini					

4. **Security and Privacy** yakni kemampuan perusahaan untuk menjaga keamanan data milik pelanggan dan keamanan dalam bertransaksi.

NO.	Variabel Security and Privacy	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa bahwa informasi pribadi saya terlindungi di penyedia jasa internet wifi.id					
2	Saya merasa bahwa informasi keuangan saya terlindungi di penyedia jasa internet wifi.id					
3	Saya merasa bahwa transaksi dengan penyedia jasa internet wifi.id terjamin keamanannya					
4	Penyedia jasa internet wifi.id memiliki fitur keamanan tinggi					

5. **Physical Evidence** yakni kemampuan perusahaan dalam menyediakan fasilitas fisik, peralatan dan karyawan.

NO.	Variabel Physical Evidence	SS	S	N	TS	STS
1	Fasilitas fisik wifi.id menarik secara visual					
2	Fasilitas fisik wifi.id memadai					
3	Tempat parkir wifi.id cukup					
4	Sangat mudah untuk mencapai lokasi penyedia jasa internet wifi.id					
5	Penyedia jasa internet wifi.id terletak ditempat yang strategis					

### Tingkat Kepentingan

1. **Network Quality** yakni kemampuan perusahaan untuk menjaga kualitas internet yang diberikan kepada pelanggan.

NO.	Variabel Network Quality	SP	P	CP	TP	STP
1	Saya tidak mengalami pemutusan internet dari penyedia jasa internet ini					
2	Kecepatan <i>download/upload</i> internet memenuhi harapan saya					
3	Saya tidak mengalami masalah selama menggunakan penyedia jasa internet ini					
4	Kecepatan internet tidak mengalami masalah terlepas dari jam sibuk atau diluar jam sibuk					

2. **Customer Service** yakni kemampuan perusahaan untuk menangani permasalahan atau memberikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan.

NO.	Variabel Customer Service	SP	P	CP	TP	STP
1	Personil customer service penyedia jasa internet ini berpengetahuan luas					
2	Personil customer service penyedia jasa internet ini bersedia untuk menanggapi kebutuhan saya					
3	Ketika saya memiliki masalah pada internet, penyedia jasa internet ini menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya					
4	Masalah teknik internet saya pada penyedia jasa internet ini diselesaikan dengan segera					

3. **Information Quality** yakni kemampuan perusahaan dalam memberikan informasi berkaitan dengan perusahaan atau perihal tentang produk yang diberikan perusahaan.

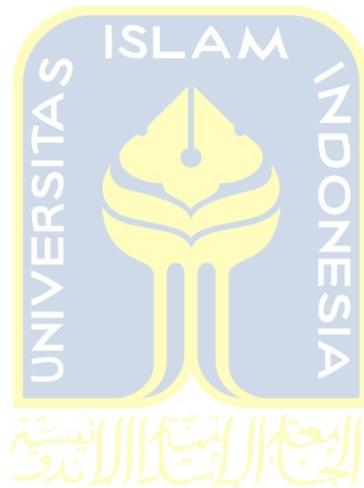
NO.	Variabel Information Quality	SP	P	CP	TP	STP
1	Penyedia jasa internet ini memberikan informasi yang cukup					
2	Penyedia jasa internet ini memberikan informasi yang relevan					
3	Penyedia jasa internet ini memberikan informasi terkini					

4. **Security and Privacy** yakni kemampuan perusahaan untuk menjaga keamanan data milik pelanggan dan keamanan dalam bertransaksi.

NO.	Variabel Security and Privacy	SP	P	CP	TP	STP
1	Saya merasa bahwa informasi pribadi saya terlindungi di penyedia jasa internet ini					
2	Saya merasa bahwa informasi keuangan saya terlindungi di penyedia jasa internet ini					
3	Saya merasa bahwa transaksi dengan penyedia jasa internet ini terjamin keamanannya					
4	Penyedia jasa internet ini memiliki fitur keamanan tinggi					

5. **Physical Evidence** yakni kemampuan perusahaan dalam menyediakan fasilitas fisik, peralatan dan karyawan.

NO.	Variabel Physical Evidence	SP	P	CP	TP	STP
1	Fasilitas fisik menarik secara visual					
2	Fasilitas fisik memadai					
3	Tempat parkir yang cukup					
4	Sangat mudah untuk mencapai lokasi penyedia jasa internet ini					
5	Penyedia jasa internet ini terletak ditempat yang strategis					



## LAMPIRAN 2

### TABULASI HASIL KUESIONER : KARAKTERISTIK RESPONDEN, TINGKAT KINERJA DAN KEPENTINGAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

<b>Statistics</b>				
		JenisKelamin	Pekerjaan	Pendidikan
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Sum		120	210	387
Percentiles	25	1.00	1.00	4.00
	50	1.00	1.00	4.00
	75	1.00	4.00	4.00

<b>JenisKelamin</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	80	80.0	80.0	80.0
	Perempuan	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

<b>Pekerjaan</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	70	70.0	70.0	70.0
	ABRI/POLRI	2	2.0	2.0	72.0
	Pegawai Swasta	15	15.0	15.0	87.0
	Guru/Dosen	4	4.0	4.0	91.0
	Wira Usaha	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

<b>Pendidikan</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK	13	13.0	13.0	13.0
	Akademi/Universitas	87	87.0	87.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### TINGKAT KEPENTINGAN

N O	JEN IS KEL AM IN	PEND IDIKA N	PEKE RJAA N	N Q 1	N Q 2	N Q 3	N Q 4	C S 1	C S 2	C S 3	C S 4	I Q 1	I Q 2	I Q 3	S P 1	S P 2	S P 3	S P 4	P E 1	P E 2	P E 3	P E 4	P E 5
1	Laki - laki	Akad emi/ Univ ersita s	Pelaj ar/M ahas iswa	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5
2	Laki - laki	Akad emi/ Univ ersita s	ABRI /POL RI	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	Laki - laki	Akad emi/ Univ ersita s	Pelaj ar/M ahas iswa	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
4	Laki - laki	Akad emi/ Univ ersita s	Pelaj ar/M ahas iswa	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	Per em pua n	Akad emi/ Univ ersita s	Pelaj ar/M ahas iswa	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	Laki - laki	SMA/ SMK	Pelaj ar/M ahas iswa	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	5	5
7	Laki - laki	Akad emi/ Univ ersita s	Pega wai Swas ta	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
8	Laki - laki	SMA/ SMK	Pelaj ar/M ahas iswa	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5

9	Laki-laki	Akademi/Universitas	Wirusaha	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	
10	Laki-laki	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
11	Perempuan	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	5	5	4	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
12	Laki-laki	Akademi/Universitas	Wirusaha	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
13	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	5	5	4	4	3	3	2	5	3	4	4	5	5	5	5	3	3	3	5	5	
14	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	
15	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	3	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	
16	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	5	5
17	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	5	5	5	5	
18	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pelajar/M	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	



















## TINGKAT KINERJA

N O	JEN IS KEL AM IN	PEND IDIKAN	PEKER JAA N	N Q 1	N Q 2	N Q 3	N Q 4	C S 1	C S 2	C S 3	C S 4	I Q 1	I Q 2	I Q 3	S P 1	S P 2	S P 3	S P 4	P E 1	P E 2	P E 3	P E 4	P E 5	
1	Laki - laki	Akademi/ Universitas	Pelajar/M ahasiswa	3	5	4	2	3	4	3	3	4	5	5	3	4	4	4	3	4	5	5	5	
2	Laki - laki	Akademi/ Universitas	ABRI/ POLRI	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	Laki - laki	Akademi/ Universitas	Pelajar/M ahasiswa	3	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4
4	Laki - laki	Akademi/ Universitas	Pelajar/M ahasiswa	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	5	4	4	
5	Per em pua n	Akademi/ Universitas	Pelajar/M ahasiswa	5	4	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5
6	Laki - laki	SMA/ SMK	Pelajar/M ahasiswa	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	5	5	5
7	Laki - laki	Akademi/ Universitas	Pegawai Swasta	5	5	5	4	3	4	5	5	4	5	3	3	3	4	3	2	2	4	4	4	
8	Laki - laki	SMA/ SMK	Pelajar/M ahasiswa	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	
9	Laki	Akad	Wira	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	





28	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pegawai Swasta	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	5	5	3	4	5	4	3	
29	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pegawai Swasta	5	5	5	2	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	5	5	5	5	5	
30	Laki-laki	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	5	3	4	4	3	3	4	4	3	4	
31	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	1	4	2	2	1	3	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5
32	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	2	2	2	3	3	4	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	5	4	
33	Laki-laki	Akademi/Universitas	Guru/Dosen	4	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	
34	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	
35	Perempuan	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	
36	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	4	3	4	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	
37	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	5	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	



47	Perempuan	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	5	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	1	2	4	4	4
48	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	5	3	
49	Laki-laki	Akademi/Universitas	Wirusaha	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	
50	Laki-laki	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	2	2	2	2	4	2	2	1	3	2	4	5	3	4	3	2	2	4	5	4	
51	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	2	2	2	2	3	3	3	2	4	4	3	1	1	1	3	4	4	4	4	4	
52	Perempuan	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	4	2	2	4	4	4	4	2	4	2	2	2	4	4	2	2	3	4	4	4	
53	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	1	3	3	1	2	
54	Perempuan	Akademi/Universitas	Guru/Dosen	2	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	3	3	4	5	5	5	
55	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	4	4	4	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	
56	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	



66	Laki-laki	Akademi/Universitas	Wirusaha	5	5	1	2	5	5	5	5	1	4	5	5	5	5	5	3	2	5	5	5	
67	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pegawai Swasta	2	4	2	2	4	4	3	2	4	4	3	2	3	3	3	2	3	4	4	4	
68	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	5	4	4	
69	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
70	Laki-laki	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	5	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5	5	
71	Perempuan	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	
72	Laki-laki	Akademi/Universitas	Pegawai Swasta	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	4
73	Perempuan	Akademi/Universitas	Pelajar/Mahasiswa	4	4	3	3	3	4	5	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	5	5	
74	Perempuan	Akademi/Universitas	Pegawai Swasta	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4	3	4	4	4	4	5	4	
75	Laki-laki	SMA/SMK	ABRI/POL	5	4	2	3	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	2	4	3	4	5	







### LAMPIRAN 3

#### Uji Validitas, Reliabilitas Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

##### Validitas (Tingkat Kinerja)

##### NQ atau Network Quality

Correlations						
		NQ1	NQ2	NQ3	NQ4	NQ
NQ1	Pearson Correlation	1	.345**	.400**	.458**	.722**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
NQ2	Pearson Correlation	.345**	1	.530**	.429**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
NQ3	Pearson Correlation	.400**	.530**	1	.632**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
NQ4	Pearson Correlation	.458**	.429**	.632**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
NQ	Pearson Correlation	.722**	.728**	.832**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

##### CS atau Customer Service

Correlations						
		CS1	CS2	CS3	CS4	CS
CS1	Pearson Correlation	1	.478**	.305**	.267**	.637**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.007	.000
	N	100	100	100	100	100
CS2	Pearson Correlation	.478**	1	.635**	.409**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
CS3	Pearson Correlation	.305**	.635**	1	.712**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
CS4	Pearson Correlation	.267**	.409**	.712**	1	.807**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
CS	Pearson Correlation	.637**	.778**	.871**	.807**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

##### IQ atau Information Quality

<b>Correlations</b>					
		IQ1	IQ2	IQ3	IQ
IQ1	Pearson Correlation	1	.460**	.365**	.743**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
IQ2	Pearson Correlation	.460**	1	.555**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
IQ3	Pearson Correlation	.365**	.555**	1	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
IQ	Pearson Correlation	.743**	.835**	.821**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

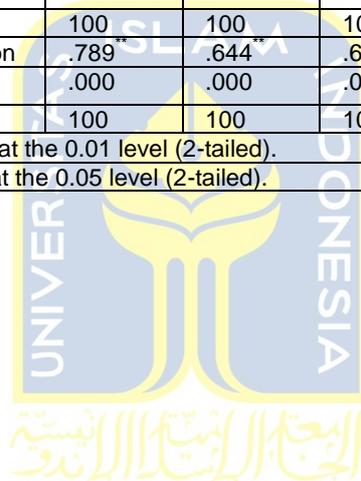
### SP atau Security and Privacy

<b>Correlations</b>						
		SP1	SP2	SP3	SP4	SP
SP1	Pearson Correlation	1	.716**	.736**	.593**	.892**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
SP2	Pearson Correlation	.716**	1	.794**	.506**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
SP3	Pearson Correlation	.736**	.794**	1	.584**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
SP4	Pearson Correlation	.593**	.506**	.584**	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
SP	Pearson Correlation	.892**	.878**	.903**	.770**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

## PE atau Physical Evidence

<b>Correlations</b>		PE1	PE2	PE3	PE4	PE5	PE
PE1	Pearson Correlation	1	.545**	.419**	.434**	.348**	.789**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
PE2	Pearson Correlation	.545**	1	.244*	.230*	.261**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000		.015	.021	.009	.000
	N	100	100	100	100	100	100
PE3	Pearson Correlation	.419**	.244*	1	.522**	.332**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.015		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
PE4	Pearson Correlation	.434**	.230*	.522**	1	.577**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.021	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
PE5	Pearson Correlation	.348**	.261**	.332**	.577**	1	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
PE	Pearson Correlation	.789**	.644**	.696**	.764**	.685**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							



## Validitas (Tingkat Kepentingan)

### NQ atau Network Quality

Correlations		NQ1	NQ2	NQ3	NQ4	NQ
NQ1	Pearson Correlation	1	.513**	.380**	.474**	.732**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
NQ2	Pearson Correlation	.513**	1	.470**	.541**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
NQ3	Pearson Correlation	.380**	.470**	1	.605**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
NQ4	Pearson Correlation	.474**	.541**	.605**	1	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
NQ	Pearson Correlation	.732**	.796**	.790**	.838**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

### CS atau Customer Service

Correlations		CS1	CS2	CS3	CS4	CS
CS1	Pearson Correlation	1	.668**	.624**	.419**	.828**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
CS2	Pearson Correlation	.668**	1	.682**	.516**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
CS3	Pearson Correlation	.624**	.682**	1	.545**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
CS4	Pearson Correlation	.419**	.516**	.545**	1	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
CS	Pearson Correlation	.828**	.862**	.868**	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

### **IQ atau Information Quality**

<b>Correlations</b>					
		IQ1	IQ2	IQ3	IQ
IQ1	Pearson Correlation	1	.653**	.596**	.860**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
IQ2	Pearson Correlation	.653**	1	.653**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
IQ3	Pearson Correlation	.596**	.653**	1	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
IQ	Pearson Correlation	.860**	.876**	.872**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

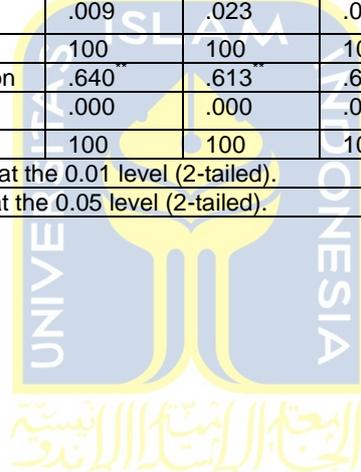
### **SP atau Security and Privacy**

<b>Correlations</b>						
		SP1	SP2	SP3	SP4	SP
SP1	Pearson Correlation	1	.721**	.664**	.475**	.833**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
SP2	Pearson Correlation	.721**	1	.655**	.635**	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
SP3	Pearson Correlation	.664**	.655**	1	.692**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
SP4	Pearson Correlation	.475**	.635**	.692**	1	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
SP	Pearson Correlation	.833**	.889**	.881**	.815**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

## PE atau Physical Evidence

Correlations		PE1	PE2	PE3	PE4	PE5	PE
PE1	Pearson Correlation	1	.426**	.207*	.195	.262**	.640**
	Sig. (2-tailed)		.000	.039	.052	.009	.000
	N	100	100	100	100	100	100
PE2	Pearson Correlation	.426**	1	.307**	.208*	.228*	.613**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.038	.023	.000
	N	100	100	100	100	100	100
PE3	Pearson Correlation	.207*	.307**	1	.424**	.442**	.671**
	Sig. (2-tailed)	.039	.002		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
PE4	Pearson Correlation	.195	.208*	.424**	1	.735**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.052	.038	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
PE5	Pearson Correlation	.262**	.228*	.442**	.735**	1	.777**
	Sig. (2-tailed)	.009	.023	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
PE	Pearson Correlation	.640**	.613**	.671**	.738**	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							



## Reliabilitas (Tingkat Kinerja)

### NQ atau Network Quality

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.776	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NQ1	10.70	6.071	.484	.774
NQ2	10.77	6.381	.534	.745
NQ3	11.06	5.350	.663	.675
NQ4	11.27	5.694	.649	.686

### CS atau Customer Service

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.772	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CS1	11.06	4.158	.392	.804
CS2	10.86	3.940	.638	.701
CS3	10.99	3.040	.728	.628
CS4	11.13	3.185	.594	.712

## **IQ atau Information Quality**

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.717	3

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
IQ1	7.80	1.535	.464	.711
IQ2	7.93	1.318	.618	.530
IQ3	7.93	1.237	.540	.630

## **SP atau Security and Privacy**

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.884	4

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SP1	11.07	4.773	.787	.836
SP2	11.04	5.109	.774	.840
SP3	11.00	5.111	.823	.822
SP4	11.23	5.856	.616	.897

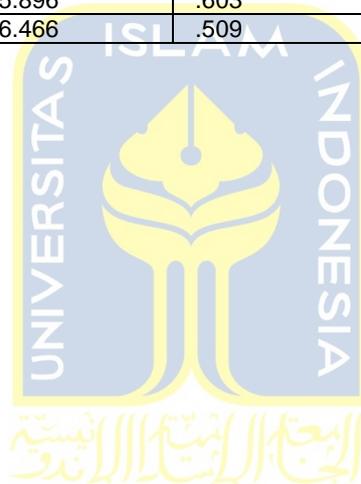
## PE atau Physical Evidence

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.763	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PE1	16.43	5.399	.608	.692
PE2	16.21	6.511	.434	.753
PE3	15.72	6.325	.514	.726
PE4	15.73	5.896	.603	.695
PE5	15.67	6.466	.509	.728



## Reliabilitas (Tingkat Kepentingan)

### NQ atau Network Quality

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.799	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NQ1	12.39	4.220	.546	.778
NQ2	12.39	3.816	.624	.742
NQ3	12.63	3.730	.597	.756
NQ4	12.48	3.545	.681	.712

### CS atau Customer Service

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.844	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CS1	12.59	3.780	.672	.806
CS2	12.55	3.927	.754	.772
CS3	12.57	3.621	.743	.773
CS4	12.51	4.293	.561	.850

## IQ atau Information Quality

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.836	3

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
IQ1	8.53	1.646	.684	.786
IQ2	8.49	1.687	.731	.745
IQ3	8.46	1.524	.686	.789

## SP atau Security and Privacy

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.876	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SP1	13.50	3.424	.713	.851
SP2	13.64	2.920	.777	.826
SP3	13.59	3.093	.775	.825
SP4	13.57	3.460	.683	.861

## PE atau Physical Evidence

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.718	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PE1	17.31	4.782	.363	.726
PE2	17.01	5.283	.410	.695
PE3	17.06	5.006	.478	.670
PE4	16.99	4.677	.561	.637
PE5	16.99	4.353	.601	.616

