

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam melakukan penelitian ini penulis mengambil seluruh pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan PT. Telekomunikasi Cabang Godean. Oleh karena itu keterbatasan yang dimiliki penulis, maka penulis mengambil sebagian sampel dari populasi tersebut guna mempermudah dalam mendapatkan data yang diperlukan. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 101 responden. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah dengan melakukan wawancara langsung dengan pengurus PT. Telekomunikasi Cabang Godean dan menyebarkan kuesioner secara langsung terhadap beberapa pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan pada PT. Telekomunikasi Cabang Godean.

Dalam analisis data penelitian akan dilakukan dengan menggunakan analisis dan pembahasan pada setiap atribut dengan pendekatan analisis deskriptif dan statistik dengan menggunakan metode *Importance-Performance Analysis* atau Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja / Kepuasan Pelanggan (Martila dan James dalam Supranto, 1997), untuk mengetahui kepuasan konsumen dari masing-masing atribut kualitas jasa pelayanan pada PT. Telekomunikasi Cabang Godean.

4.1. Pengujian Instrumen

Mengingat pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, maka kesungguhan responden dalam menjawab pertanyaan-

pertanyaan merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian. Keabsahan atau kehandalan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan. Apabila alat ukur yang dipakai tidak valid dan atau tidak dapat dipercaya, maka hasil penelitian yang dilakukan tidak akan menggambarkan keadaan yang sesungguhnya. Dalam mengatasi hal tersebut diperlukan dua macam pengujian, yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji kehandalan (*test of reliability*) untuk menguji kesungguhan jawaban responden.

4.1.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah angket (*kuisisioner*) yang telah disusun dan disebar benar-benar mengukur apa yang perlu diukur (Aritonang, 2005, hal. 53). Uji validitas berguna untuk menentukan seberapa cermat suatu alat melakukan fungsi ukurannya. Alat ukur validitas yang tinggi berarti mempunyai varian kesalahan yang kecil, sehingga memberikan keyakinan bahwa data yang terkumpul merupakan data yang dapat dipercaya. Untuk menguji validitas tersebut, digunakan teknik korelasi product moment dari Karl Pearson yang dapat dilakukan dengan bantuan program *SPSS ver. 11.5 pada menu corelation pearson*.

Untuk pengujian dalam penelitian ini dibagi dalam dua bagian sesuai dengan kuisisioner penelitian yaitu :

Bagian I : Tingkat Kepentingan Terhadap Jasa Layanan

Bagian II : Tingkat Kinerja Terhadap Jasa Layanan

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan *SPSS ver. 11.5* dapat diketahui bahwa validitas untuk mengukur keseluruhan item pertanyaan yang terdapat pada kuisisioner adalah signifikan. Dikatakan signifikan apabila r hitung lebih besar dari r table sebesar 0,361. Dari hasil uji validitas pada kuisisioner bagian I yang telah dilakukan, diperoleh hasil seperti yang dilihat, pada tabel 4.1. Sedangkan untuk hasil uji validitas pada kuisisioner bagian II yang telah dilakukan, diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel 4.2.

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan
Terhadap Jasa Layanan (Kuesioner Bag. 1)

Dimensi	R Hitung	R Tabel	Status
A. TANGIBLES			
1. Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan	0,455	0,361	Valid
2. Letak lokasi gedung yang strategis dan tempat parkir yang luas	0,418	0,361	Valid
3. Sarana Komunikasi dan informasi yang Memadai	0,389	0,361	Valid
B. RELIABILITY			
4. Perusahaan melakukan pekerjaan secara segera dengan waktu yang telah ditentukan	0,500	0,361	Valid
5. Pelayanan dimulai secepatnya ketika pelanggan datang	0,400	0,361	Valid
6. Perusahaan akan selalu memberikan pelayanan yang terbaik seperti yang telah dijanjikan.	0,444	0,361	Valid
C. RESPONSIVENESS			
7. Karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada pelanggan	0,365	0,361	Valid
8. Karyawan perusahaan selalu bersedia untuk memberikan bantuan kepada pelanggan	0,540	0,361	Valid
9. Karyawan perusahaan dapat menyediakan waktunya dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan	0,498	0,361	Valid
10. Karyawan memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	0,344	0,361	Valid
D. ASSURANCE			
11. Karyawan memberikan memiliki rasa percaya diri dalam melayani pelanggan	0,384	0,361	Valid
12. Pelanggan merasa nyaman dan aman dalam melakukan transaksi	0,408	0,361	Valid

13. Karyawan bersikap sopan terhadap pelanggan	0,557	0,361	Valid
E. EMPHATY			
14. Perusahaan mampu memberikan perhatian yang baik kepada pelanggan,	0,591	0,361	Valid
15. Karyawan mengerti akan kebutuhan pelanggan	0,391	0,361	Valid
16. Perusahaan memiliki sarana atau media untuk menerima dan mendengarkan saran dan kritik pelanggan	0,399	0,361	Valid

Sumber : Data Primer, diolah

Berdasarkan hasil pengolahan data yang terangkum dalam kedua tabel uji, dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai korelasi diatas 0,361. Dengan demikian seluruh item pertanyaan dalam kuisiонер dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja
Terhadap Jasa Layanan (Kuesioner Bag. 2)

Dimensi	R Hitung	R Tabel	Status
A. TANGIBLES			
1. Kebersihan,kerapian dan kenyamananruangan	0,567	0,631	Valid
2. Letak lokasi gedung yang strategis dan tempat parkir yang luas	0,413	0,631	Valid
3. Sarana Komunikasi dan informasi yang Memadai	0,386	0,631	Valid
B. RELIABILITY			
4. Perusahaan melakukan pekerjaan secara segera dengan waktu yang telah ditentukan	0,409	0,631	Valid
5. Pelayanan dimulai secepatnya ketika pelanggan datang	0,543	0,631	Valid
6. Perusahaan akan selalu memberikan pelayanan yang terbaik seperti yang telah dijanjikan.	0,387	0,631	Valid
C. RESPONSIVENESS			
7. Karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada pelanggan	0,384	0,631	Valid
8. Karyawan perusahaan selalu bersedia untuk memberikan bantuan kepada pelanggan	0,456	0,631	Valid
9. Karyawan perusahaan dapat menyediakan waktunya dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan	0,777	0,631	Valid
10. Karyawan memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	0,311	0,631	Valid
D. ASSURANCE			
11. Karyawan memberikan memiliki rasa percaya diri dalam melayani pelanggan	0,443	0,631	Valid
12. Pelanggan merasa nyaman dan aman dalam melakukan transaksi	0,454	0,631	Valid
13. Karyawan bersikap sopan terhadap pelanggan	0,377	0,361	Valid

<u>E. EMPHATY</u>				
14.	Perusahaan mampu memberikan perhatian yang baik kepada pelanggan,	0,405	0,361	Valid
15.	Karyawan mengerti akan kebutuhan pelanggan	0,393	0,631	Valid
16.	Perusahaan memiliki sarana atau media untuk menerima dan mendengarkan saran dan kritik pelanggan	0,542	0,361	Valid

Sumber : Data Primer, diolah

4.1.2. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas atas pertanyaan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini, selanjutnya uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat keakuratan, dan kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Keakuratan yaitu ketepatan pertanyaan dalam mengungkap pokok permasalahan dan kestabilan atau konsistensi yaitu kesimpulan yang sama akan diperoleh jika penelitian ini dilakukan lagi (Martila dan James dalam Supranto, 1997, hal 176). Dari hasil uji reliabilitas pada kuisisioner bagian I yang telah dilakukan, diperoleh hasil seperti yang terlihat pada lampiran II tabel L2.1. Sedangkan hasil uji reliabilitas pada kuisisioner bagian II yang telah dilakukan, diperoleh hasil seperti yang terlihat pada tabel 4.3. dan table 4.4.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang terangkum pada kedua tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pertanyaan dalam kuisisioner yang disebar dinyatakan reliabel atau handal karena nilai alpha cronbach yang dihasilkan memiliki nilai lebih besar dari 6 %.

Tabel 4.3
 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan
 Terhadap Jasa Layanan

Dimensi	R Hitung	R Tabel
Tangibles	0,607	0,6
Reliability	0,633	0,6
Responsiveness	0,638	0,6
Assurance	0,634	0,6
Emphaty	0,617	0,6

Sumber : Data Primer, diolah

Tabel 4.4
 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja
 Terhadap Jasa Layanan

Dimensi	R Hitung	R Tabel
Tangibles	0,631	0,6
Reliability	0,625	0,6
Responsiveness	0,159	0,6
Assurance	0,616	0,6
Emphaty	0,614	0,6

Sumber : Data Primer, diolah

4.2. Analisis Data

4.2.1. Analisis Deskriptif

Metode ini berdasarkan pada data yang diperoleh kemudian dianalisis tetapi tidak dalam bentuk angka-angka melainkan dalam bentuk penjelasan yang menggambarkan keadaan proses dan peristiwa tertentu.

Berdasarkan data kuisioner yang diperoleh dari pelanggan PT. Telekomunikasi Cabang Godean, karakteristik responden dapat dibagi dalam kategori Jenis kelamin, tingkat usia, jenis pekerjaan, tingkat pendapatan dan status responden. Masing – masing karakteristik dijelaskan sebagai berikut :

a. Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam menyikapi suatu produk, hal ini berkaitan dengan tingkat kepentingan masing-masing jenis kelamin. Dari hasil kuisioner yang telah disebar, diperoleh hasil seperti yang terlihat pada tabel 4.5 di bawah ini :

Tabel 4.5
Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
a. Pria	56	56 %
b. Wanita	45	45 %
Jumlah	101	101 %

Sumber : Data Primer.

Berdasarkan data tersebut di atas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki jenis kelamin Pria 56 responden atau 56 % dari seluruh responden yang diteliti. Sedangkan untuk responden yang berjenis kelamin Wanita adalah 45 responden atau sebanyak 45 % adari seluruh responden yang diteliti.

B. Tingkat Usia Responden

Usia seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan penilaian konsumen karena pengetahuan, pandangan, pengalaman dan keyakinan sehingga mempengaruhi kepuasan dalam memilih objek. Dari hasil kuisioner yang telah disebar, diperoleh hasil seperti yang terlihat pada tabel 4.6 di bawah ini.

Tabel 4.6
Tingkat Usia Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
a. 20 tahun ke bawah	7	7 %
b. 20 – 40 tahun	28	28 %
c. 41 tahun ke atas	66	66 %
Jumlah	101	101 %

Sumber : Data Primer.

Berdasarkan data tersebut di atas dapat diketahui bahwa responden yang berusia di bawah 20 tahun berjumlah 7 responden atau 7 % dari seluruh responden yang diteliti. Kemudian responden berusia 20 tahun hingga 40 tahun berjumlah 28 responden atau 28 % dari seluruh responden yang diteliti. Kemudian untuk kelompok usia di atas 40 tahun terdapat 66 responden atau 66 % dari seluruh responden yang diteliti. Dari data di atas bisa dikatakan yang mempunyai waktu luang untuk berinteraksi dengan PT. Telekomunikasi adalah responden berusia diatas 41 tahun.

C. Jenis Pekerjaan Responden

Jenis pekerjaan merupakan faktor yang dapat menentukan kepuasan konsumen dalam memilih jasa pelayanan pada PT. Telekomunikasi Cabang Godean. Hal ini disebabkan karena jenis pekerjaan berhubungan dengan tingkat kepentingan pada jenis pekerjaan yang ditekuninya. Dari hasil kuisisioner yang telah disebar, diperoleh hasil seperti yang dilihat pada tabel 4.7 di bawah ini.

Tabel 4.7
Jenis Pekerjaan Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
a. Pelajar / Mahasiswa	14	14 %
b. Pegawai Negeri	39	38 %
c. Wiraswasta	10	10 %
d. Pegawai Swasta	20	20 %
e. TNI / Polri	18	18 %
Jumlah	101	101%

Sumber : Data Primer, diolah

Dari data di atas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa berjumlah 14 responden atau 14 % dari seluruh responden yang diteliti. Untuk responden yang pekerjaan sebagai pegawai negeri berjumlah 39 responden atau 39 % dari seluruh responden yang diteliti. Untuk kelompok responden yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta adalah 10 responden atau 10 % dari seluruh responden yang diteliti. Untuk kelompok responden yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta adalah 20 responden atau 20 % dari seluruh responden yang diteliti. Untuk kelompok responden yang memiliki pekerjaan sebagai TNI / Polri adalah 18 responden atau 18 % dari seluruh responden yang diteliti. Sehingga bisa dikatakan bahwa yang mempunyai kepentingan lebih kepada PT. Telekomunikasi Adalah Pegawai Negeri.

D. Tingkat Pendapatan Responden

Tingkat pendapatan seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan kepuasan konsumen dalam memilih jasa pelayanan pada

PT. Telekomunikasi Cabang Godean. Dari hasil kuisioner yang telah disebar, diperoleh hasil seperti yang terlihat pada tabel 4.8 di bawah ini.

Tabel 4.8
Tingkat Pendapatan Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
a. Di bawah Rp 1.000.000,00	43	43 %
b. Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00	45	45 %
c. Di atas Rp 1.500.000,00	13	13 %
Jumlah	101	101

Sumber : Data Primer, diolah

Berdasarkan data tersebut di atas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki tingkat pendapatan di bawah Rp 1.000.000,00 per bulan berjumlah 43 responden atau 43 % dari seluruh responden yang diteliti. Untuk responden yang memiliki pendapatan antara Rp 1.000.000,00 sampai dengan Rp 1.500.000,00 berjumlah 45 responden atau 45 % dari seluruh responden yang diteliti. Sedangkan untuk responden yang berpendapatan diatas Rp 1.500.000,00 berjumlah 13 responden atau 13 % dari seluruh responden yang diteliti. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu yang mempunyai pendapatan menengah ke atas.

E. Status Responden

Tingkat status responden merupakan faktor untuk mengetahui sejauh mana perkembangan informasi yang diterima masyarakat, baik untuk mempertahankan pelanggan, maupun animo msyarakat yang belum berlangganan serta pencari informasi untuk disosialisasikan kepada masyarakat pada PT. Telekomunikasi Cabang Godean. Dari hasil

kuisisioner yang telah disebar, diperoleh hasil seperti yang terlihat pada tabel 4.9 di bawah ini.

Tabel 4.9
Status Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
a. Pemilik / Pemakai Telepon	62	62 %
b. Bukan Pemilik / Pemakai Telepon	18	18 %
c. Yang Berkunjung ke Kantor	21	21 %
Jumlah	101	101 %

Sumber : Data Primer, diolah

Berdasarkan data tersebut di atas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki status responden pemilik / pemakai telepon berjumlah 62 responden atau 62 % dari seluruh responden yang diteliti. Untuk responden yang memiliki status bukan pemilik / pemakai telepon berjumlah 18 responden atau 18 % dari seluruh responden yang diteliti. Sedangkan untuk responden yang memiliki status hanya berkunjung ke kantor saja berjumlah 21 responden atau 21 % dari seluruh responden yang diteliti. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu pelanggan PT. Telekomunikasi Cabang Godean yang diteliti adalah berstatus pemilik / pemakai telepon yaitu berjumlah 62 responden atau 62 % karena mereka mempunyai kepentingan lebih seperti membayar kewajiban tiap bulan dan melakukan hubungan timbal balik berkaitan dengan fasilitas yang mereka punya.

4.2.2. Analisis Statistika

Metode ini merupakan alat analisa yang digunakan terhadap data yang dapat diukur secara statistik yang didasarkan pada angka dengan perhitungan

matematis serta sistematis. Analisis Statistika berfungsi untuk memberi penilaian atau kesimpulan seperti yang ingin dicapai pada latar belakang masalah pada bab I.

4.3. Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan antara nilai tingkat kinerja dengan nilai tingkat kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Semakin tinggi tingkat kesesuaiannya, maka semakin besar tingkat kepuasan konsumen, dengan kata lain semakin tinggi nilai pembilang maka nilai perbandingan semakin tinggi. Pembilang dalam rumus matematis ini adalah tingkat kinerja dan Penyebut adalah tingkat kepentingan. Semakin tinggi tingkat kinerja PT. Telkom, maka tingkat kesesuaian akan semakin tinggi, dan tingkat kepuasan konsumen makin besar.

Tabel 4.10
Nilai Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Beserta Tingkat Kesesuaian Yang Dihasilkan dan Rata-Rata Tingkat Kesesuaian Pada Masing-Masing Dimensi

Dimensi / Atribut	Kepentingan Y	Kinerja X	Kesesuaian Tki
A. TANGIBLES			
1. Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan	439	382	87,02
2. Letak lokasi gedung yang strategis dan tempat parkir yang luas	425	359	84,44
3. Sarana Komunikasi dan informasi yang Memadai	414	360	86,69
Rata - Rata	4,22	3,63	86,06
B. RELIABILITY			
4. Perusahaan melakukan pekerjaan secara segera dengan waktu yang telah ditentukan	432	376	87,03
5. Pelayanan dimulai secepatnya ketika pelanggan datang	436	387	88,76
6. Perusahaan akan selalu memberikan pelayanan terbaik seperti yang telah dijanjikan	427	378	88,52
Rata - Rata	4,27	3,76	88,13

C. RESPONSIVENESS			
7. Karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada pelanggan	419	364	86,87
8. Karyawan perusahaan selalu bersedia untuk memberikan bantuan kepada pelanggan	427	357	83,60
9. Karyawan perusahaan dapat menyediakan waktunya dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan	422	358	84,83
10. Karyawan memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	425	376	87,52
Rata - Rata	4,19	3,06	85,70
D. ASSURANCE			
11. Karyawan memberikan memiliki rasa percaya diri dalam melayani pelanggan	424	360	84,90
12. Pelanggan merasa nyaman dan aman dalam melakukan transaksi	420	364	86,66
13. Karyawan bersikap sopan terhadap pelanggan	436	372	85,32
Rata - Rata	4,22	3,62	85,62
E. EMPHATY			
14. Perusahaan mampu memberikan perhatian yang baik kepada pelanggan,	410	363	88,53
15. Karyawan mengerti akan kebutuhan pelanggan	406	357	87,93
16. Perusahaan memiliki sarana atau media untuk menerima dan mendengarkan saran dan kritik pelanggan	416	361	86,77
Rata - Rata	4,06	3,57	87,74
Kesesuaian	4,084	3,73	86,7

Analisis ini menjelaskan tingkat kepuasan konsumen baik secara pengembangan maupun secara perhitungan terhadap 101 responden yang meliputi dimensi *Tangibles* (bukti langsung), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) dan *Emphaty* yang secara rinci yang dapat dilihat pada tabel 4.10.

Pada tabel 4.8 nilai rata - rata tiap item dihitung dengan rumus matematis sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Di mana :

\bar{X} = Nilai rata-rata tingkat kinerja

\bar{Y} = Nilai rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden $n = 101$

Nilai rata-rata dari rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja juga dapat untuk menentukan nilai titik tengah pada diagram Kartesius, maka rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{X}_i}{K} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{\sum \bar{Y}_i}{K}$$

Di mana :

\bar{X} = Nilai rata-rata dari rata – rata tingkat kinerja

\bar{Y} = Nilai rata-rata dari rata – rata tingkat kepentingan

K = Jumlah Jumlah atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dalam hal ini atributnya sebanyak 16 poin.

Tingkat kesesuaian dihitung dengan rumus matematis sebagai berikut:

$$\hat{S} = \frac{\bar{X}}{\bar{Y}}$$

Rekapitulasi penghitungan tingkat kesesuaian dapat dilihat pada tabel 4.11

Tabel 4.11
 Nilai Rata-Rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan Masing-Masing
 Atribut, Nilai Rata-Rata Masing-Masing Dimensi, serta Nilai Rata-Rata
 Dari Rata-Rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan

Dimensi	X	Y	Gap X - Y	X Dimensi	Y Dimensi
A. TANGIBLES					
1. Kebersihan, Kerapian dan Kenyamanan Ruangan	3,78	4,35	-0,56	3,63	4,22
2. Letak lokasi gedung yang Strategis dan Tempat Parkir Yang Luas	3,55	4,21	-0,65		
3. Sarana Komunikasi dan Informasi yang Memadai	3,56	4,10	-0,53		
Rata – rata	3,63	4,22	-0,59		
B. RELIABILITY					
4. Perusahaan melakukan pekerjaan secara segera dengan waktu yang telah ditentukan	3,72	4,27	-0,55	3,74	4,27
5. Pelayanan dimulai secepatnya ketika pelanggan datang	3,83	4,32	-0,49		
6. Perusahaan akan selalu memberikan pelayanan yang terbaik seperti yang telah dijanjikan.	3,68	4,23	-0,49		
Rata – rata	3,74	4,27	-0,53		
C. RESPONSIVENESS					
7. Karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada pelanggan	3,60	4,14	-0,54	3,53	4,18
8. Karyawan perusahaan selalu bersedia untuk memberikan bantuan kepada pelanggan	3,53	4,22	-0,69		
9. Karyawan perusahaan dapat menyediakan waktunya dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan	3,54	4,17	-0,63		
10. Karyawan memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	3,68	4,20	-0,49		
Rata – rata	3,06	4,19	-0,46		
D. ASSURANCE					
11. Karyawan memiliki rasa percaya diri dalam melayani pelanggan	3,56	4,19	-0,63	3,69	4,21
12. Pelanggan merasa nyaman dan aman dalam melakukan transaksi	3,60	4,15	-0,55		
13. Karyawan bersikap sopan terhadap pelanggan	3,68	4,31	-0,63		
Rata – rata	3,62	4,22	-0,60		
E. EMPHATY					
14. Perusahaan mampu memberikan perhatian yang baik kepada pelanggan,	3,59	4,05	-0,47	3,54	4,06
15. Karyawan mengerti akan kebutuhan pelanggan	3,53	4,02	-0,49		
16. Perusahaan memiliki sarana atau media untuk menerima dan mendengarkan saran dan kritik pelanggan	3,57	4,11	-0,54		
Rata – rata	3,57	4,06	-0,49		
Rata – rata	3,63	4,19	-0,54		

Sumber : Data Primer, diolah

A. Dimensi Tangibles (Bukti Langsung)

Dimensi Tangibles merupakan indikator kualitas dari bukti langsung yang secara fisik dapat dilihat oleh konsumen. Parameter variabel ini menyangkut

fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Tingkat kepentingan dimensi tangibles adalah sebesar 4,22, untuk tingkat kinerja sebesar 3,63. Tingkat kepentingan dari dimensi tangibles mempunyai gap 0,03 ($4,22 - 4,19$). Nilai ini menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kepentingan yang besar untuk dimensi tangibles, dan yang diberikan oleh perusahaan telah lebih dari cukup. Sedangkan kinerja yang diberikan mencapai nilai 3,63. Nilai ini setingkat dengan nilai rata-ratanya. Hal ini berarti, kinerja yang diberikan untuk bukti langsung yang bisa dirasakan oleh pelanggan sesuai dengan yang diinginkan. Nilai kesesuaian memberikan angka 88,02, angka tersebut mendekati 1, berarti kinerja pegawai telkom telah pada taraf yang cukup dinilai dari kebutuhan pelanggan.

B. Dimensi Reliability (Kehandalan)

Dimensi ini merupakan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan, bahwa mereka dapat diandalkan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan karena memang memiliki sumber daya keahlian profesional pada bidangnya, memiliki reputasi yang baik, dan jarang melakukan kesalahan. Parameter variabel ini menyangkut kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan. Tingkat Kepentingan Dimensi Reliability sebesar 4,27 sehingga gap terhadap rata-rata sebesar 0,08 ($4,27 - 4,19$). Dari dimensi reliabilitas perusahaan dapat memenuhi kepentingan pelanggan lebih dari yang dibutuhkan. Tingkat kinerja sebesar 3,74 dan mempunyai gap terhadap rata-ratanya sebesar 0,11 ($3,74 - 3,63$). Angka gap ini menunjukkan bahwa perusahaan telah memberikan kinerja reliabilitas lebih dari rata-rata kinerja pada semua dimensi. Sedangkan tingkat kesesuaian sebesar

88,13 sehingga bisa dikatakan bahwa Dimensi Reliability mempunyai hasil yang baik.

C. Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap)

Dimensi ini merupakan wujud dari keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Tingkat Kepentingan Dimensi Responsiveness sebesar 4,18, gap terhadap rata – rata dimensi responsiveness $-0,01$ ($4,18 - 4,19$). Menurut kesan pelanggan dimensi daya tanggap karyawan terhadap kebutuhan pelanggan masih perlu ditingkatkan. Tingkat kinerja sebesar 3,53, gap terhadap rata – rata kinerja $-0,1$ ($3,53 - 3,63$). Angka gap ini menunjukkan bahwa daya tanggap karyawan terhadap kepentingan pelanggan masih perlu ditingkatkan. Sedangkan tingkat kesesuaian sebesar 85,70 sehingga bisa dikatakan bahwa Dimensi Responsiveness dibandingkan dengan dimensi sebelumnya memiliki angka yang lebih rendah.

D. Dimensi Assurance (Jaminan)

Dimensi ini mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf sehingga para pelanggan bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan. . Tingkat Kepentingan Dimensi Assurance sebesar 4,21 gap terhadap rata – ratanya sebesar $0,02$ ($4,21 - 4,19$). Angka gap ini menunjukkan tingkat kepercayaan pelanggan terhadap kemampuan dan kejujuran karyawan cukup tinggi. Tingkat kinerja sebesar 3,69, memberikan gap sebesar $0,03$ ($3,69 - 3,63$). Angka gap ini menunjukkan bahwa kinerja karyawan dalam memberikan penjelasan dan pelayanan kepada pelanggan dinilai baik. Tingkat kesesuaian sebesar 85,62 sehingga bisa dikatakan bahwa Dimensi Assurance masih

dapat ditingkatkan, karena penilaian pelanggan pada dimensi ini tidak setinggi dimensi tangibles dan reliability.

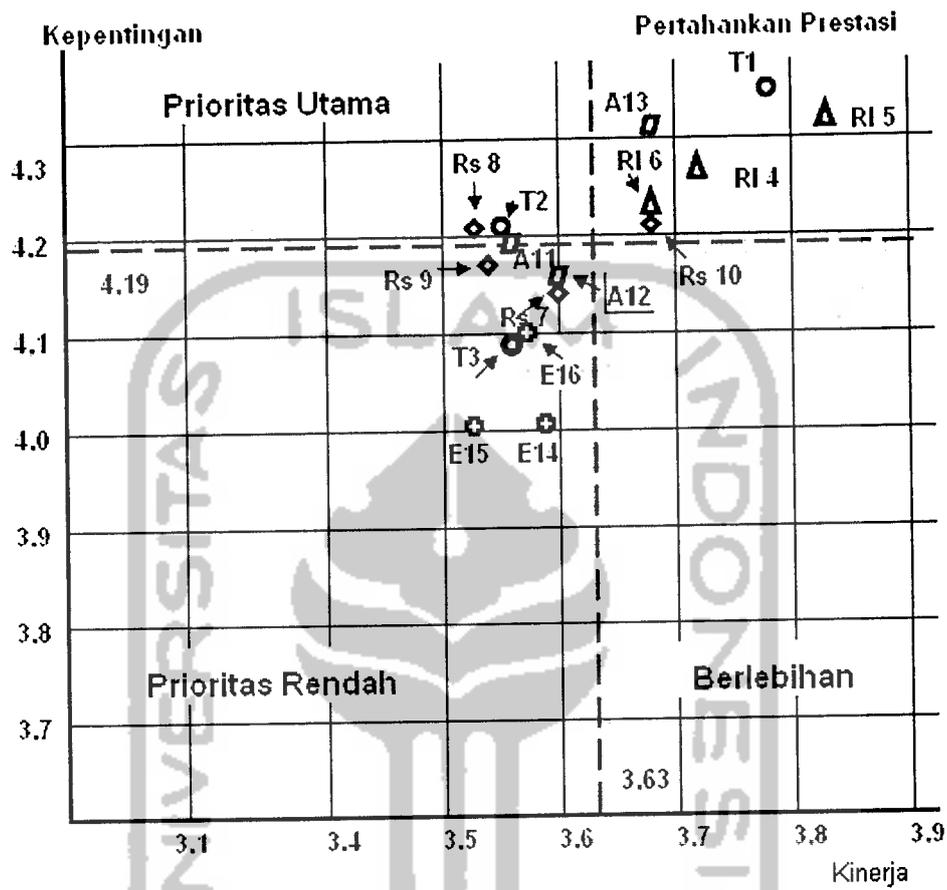
E. Analisis Emphaty

Dimensi ini meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan keinginan untuk memahami kebutuhan para pelanggan. Tingkat Kepentingan Dimensi Emphatys sebesar 4,06 gap terhadap rata – rata menunjukkan nilai – 0,13 (4,06 – 4,19). Angka gap ini berarti kemudahan dalam berkomunikasi masih dapat ditingkatkan, karena penilaian pelanggan cenderung memberikan nilai kurang. Tingkat kinerja sebesar 3,54, dan gap dengan rata – ratanya sebesar – 0,09 (3,54 – 3,63). Penilaian ini menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan kinerja dalam hal kemudahan berkomunikasi dengan pelanggan. Tingkat kesesuaian sebesar 87,74 sehingga bisa dikatakan bahwa Dimensi Responsiveness mempunyai hasil yang cukup baik.

4.4. Analisis Diagram Kartesius

Jika dilihat hasil perhitungan yang terdapat pada tabel 4.9 di atas, analisis tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dapat digunakan untuk memeringkat berbagai elemen dari kumpulan atribut jasa serta mengidentifikasi berbagai macam tindakan yang perlu dilakukan oleh pihak manajemen PT. Telekomunikasi Cabang Godean. Keseluruhan atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa pada PT. Telekomunikasi Cabang Godean dibagi menjadi empat bagian atau kuadran dalam diagram Kartesius seperti gambar 4.1 di bawah ini.

Gambar 4.1. Posisi Tiap – tiap Item Dimensi Terhadap Titik Tengah Kepentingan dan Kinerja



Sumber: tabel 4.11.

Keterangan :

○ = Dimensi Tangibel T1(3,78; 4,35), T2(3,55;4,21), T3(3,56; 4,09)

◇ = Reliabilitas R14(3,72; 4,27), R15(3,83; 4,32), R16(3,68; 4,23)

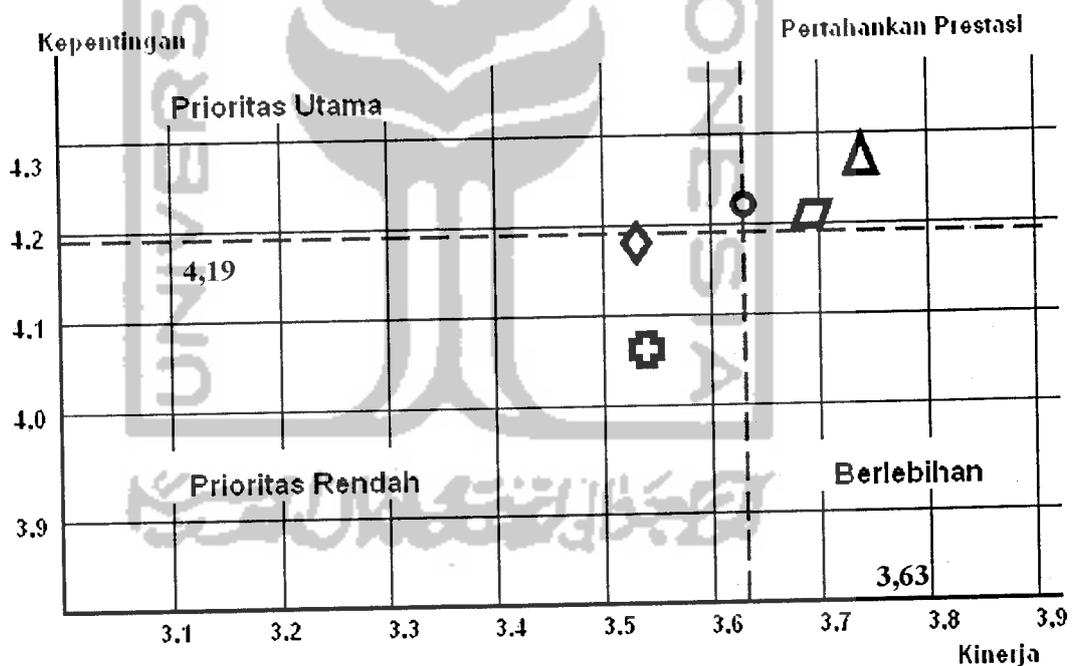
▢ = Responsiveness Rs7(3,60; 4,14), Rs8(3,53; 4,22), Rs9(3,54; 4,17), Rs10 (3,68; 4,17)

△ = Assurance A11(3,56; 4,19), A12(3,60; 4,15), A13(3,68; 4,31)

⊕ = Emphaty E14(3,59;4,05), E15(3,53;4,02), E16(3,57; 4,11)

Gambar 4.2. Posisi Tiap – tiap Dimensi Terhadap

Titik Tengah Kepentingan dan Kinerja



Sumber: tabel 4.11.

Dari gambar di atas, analisis diagram *Kartesianus* untuk masing-masing dimensi kualitas pelayanan jasa dijelaskan sebagai berikut :

a. Tangibles

Dimensi ini terletak pada kuadran A dengan nilai ordinat rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4,22 dan nilai ordinat rata-rata tingkat kinerja sebesar 3,63 hal ini berarti bahwa fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi yang terdapat pada PT. Telekomunikasi Cabang Godean telah memenuhi apa yang menjadi kepentingan pelanggan dan atribut yang terdapat dalam dimensi ini merupakan hal yang penting dan sangat memuaskan sehingga sangat perlu dipertahankan prestasinya.

b. Reliability

Dimensi ini terletak pada kuadran B dengan nilai ordinat rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4,27 dan nilai ordinat rata-rata tingkat kinerjanya sebesar 3,74. hal ini dapat diartikan bahwa kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan serta atribut yang terdapat dalam dimensi ini membutuhkan perhatian khusus dari pihak pimpinan PT. Telekomunikasi Cabang Godean agar dapat memiliki kinerja seperti dimensi lain yang akhirnya dapat memuaskan pelanggannya.

c. Responsiveness

Dimensi ini terletak pada kuadran C dengan nilai ordinat rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4,18 dan nilai ordinat rata-rata tingkat kinerjanya sebesar 3,53. Hal ini berarti bahwa keinginan para staf

untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan PT. Telekomunikasi Cabang Godean dilakukan dengan biasa-biasa saja bahkan mungkin tidak diperhatikan oleh pihak manajemen. Dengan kata lain dimensi *responsiveness* dan atribut yang terdapat didalamnya kurang penting artinya pelaksanaannya di bawah rata-rata (prioritas rendah).

d. Assurance

Dimensi ini terletak pada kuadran B dengan nilai ordinat rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4,21 dan nilai ordinat rata-rata tingkat kinerjanya sebesar 3,69. Hal ini berarti pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf sehingga para pelanggan bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan PT. Telekomunikasi Cabang Godean telah memenuhi apa yang menjadi kepentingan pelanggan dan atribut yang terdapat dalam dimensi ini merupakan hal yang penting dan sangat memuaskan sehingga sangat perlu dipertahankan prestasinya seperti dimensi *tangibles*.

e. Emphaty

Dimensi ini terletak pada kuadran C dengan nilai ordinat rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4,06 dan nilai ordinat rata-rata tingkat kinerjanya sebesar 3,54. Hal ini berarti kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan keinginan untuk memahami kebutuhan para pelanggan PT. Telekomunikasi

Cabang Godean dilakukan dengan biasa-biasa saja bahkan mungkin tidak diperhatikan oleh pihak manajemen. Dengan kata lain atau sama dengan dimensi responsiveness, dimensi empathy dan atribut yang terdapat didalamnya kurang penting artinya pelaksanaannya dibawah rata-rata (prioritas rendah).

Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja pelayanan terhadap pelanggan pada PT. Telekomunikasi Cabang Godean sudah baik (rata-rata 3,63), tetapi masih jauh dari harapan / kepentingan pelanggan (rata-rata 4,18). Secara teoritis, pada umumnya para pimpinan perusahaan akan merasa senang kalau rata-rata tingkat kepuasan berkisar antara 3,50 sampai 4,50 dan akan merasa prihatin jika rata-rata tingkat kepuasan berkisar antara 1,50 sampai dengan 2,50 (Supranto, 1997). Meskipun nilai rata-rata tingkat kepuasan pelayanan pelanggan pada PT. Telekomunikasi Cabang Godean mencapai angka di atas 2,50, namun demikian masih jauh dari harapan pelanggan. Untuk itu, menjadi tantangan bagi pimpinan PT. Telekomunikasi Cabang Godean untuk berusaha sekuat tenaga agar rata-rata tingkat kepuasan pelayanan dapat

dicapai mendekati angka 4,00 atau bahkan dapat mencapai angka 4,50. artinya, di atas angka harapan pelanggan sehingga pelanggan akan sangat puas terhadap pelayanan PT. Telekomunikasi Cabang Godean dan akan menjadi pelanggan yang loyal (*loyal customer*).