

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA**

#### **4.1. Pendahuluan**

Penelitian yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan jasa informasi 108 AWG Semarang terhadap kepuasan konsumen, mempunyai beberapa tujuan, seperti yang telah disebut di bab I.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa informasi 108 PT Telekomunikasi Tbk, AWG Semarang. Dalam upaya mencapai tujuan penelitian ini, maka data yang terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan model statistik yaitu analisis deskriptif dan analisis statistik. Analisis ini diperlukan untuk menguraikan data dari responden atas penyebaran kuisioner. Untuk mencapai maksud tersebut, maka terlebih dahulu akan diuraikan mengenai karakteristik responden.

#### **4.2. Uji Item Pertanyaan**

##### **4.2.1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen indikator dari masing-masing variabel yang dapat digunakan atau mengukur variabel penelitian. Hasil ujicoba analisis validitas konstruks dengan cara mengkorelasikan skor-skor dari setiap butir dengan skor totalnya. Apabila ada korelasi yang signifikan, maka butir-

butir soal tersebut valid. Untuk menganalisis validitas ini digunakan rank Spearman, apabila diperoleh probabilitas kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan item tersebut valid.

Hasil perhitungan dengan bantuan SPSS 11.05 for windows terhadap 50 responden, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.1.

### Hasil Uji Validitas Pertanyaan Kinerja Manajerial

No.	Kategori	Pearson correlation	probabilitas	Status
1	Reliability			
	- Item 1	0,811	0,000	Valid
	- Item 2	0,849	0,000	Valid
2	Responsiveness			
	- Item 1	0,885	0,000	Valid
	- Item 2	0,905	0,000	Valid
3	Assurance			
	- Item 1	0,782	0,000	Valid
	- Item 2	0,819	0,000	Valid
4	Emphaty			
	- Item 1	0,746	0,000	Valid
	- Item 2	0,744	0,000	Valid

Tabel 4.2.

**Hasil Uji Validitas Pertanyaan Harapan Konsumen**

No.	Kategori	Pearson correlation	probabilitas	Status
1	Reliability			
	- Item 1	0,840	0,000	Valid
	- Item 2	0,837	0,000	Valid
2	Responsiveness			
	- Item 1	0,801	0,000	Valid
	- Item 2	0,852	0,000	Valid
3	Assurance			
	- Item 1	0,866	0,000	Valid
	- Item 2	0,856	0,000	Valid
4	Emphaty			
	- Item 1	0,947	0,000	Valid
	- Item 2	0,946	0,000	Valid

Tabel 4.3.

**Hasil Uji Validitas Pertanyaan Kepuasan Konsumen**

No.	Kategori	Pearson correlation	probabilitas	Status
1	Reliability			
	- Item 1	0,614	0,000	Valid
	- Item 2	0,818	0,000	Valid

Sumber : data diolah

Hasil perhitungan menunjukkan hasil nilai probabilitas yang kurang dari 0,05.

Ini berarti semua item pertanyaan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen adalah

valid dan tidak ada yang gugur maka semua item pertanyaan bagian kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dapat digunakan dalam pengujian berikutnya.

#### 4.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk untuk menilai konsistensi dari suatu alat ukur didalam mengukur gejala yang sama atau membuat hasil-hasil yang konsisten. Dalam menentukan reliabel atau tidaknya instrumen dilakukan dengan cara mengkonsultasikan harga  $r_{11}$  dengan  $r_{tabel}$  *product moment* pada taraf signifikan 5%. Apabila  $r_{11}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel dan dapat digunakan untuk mengambil data. Apabila  $r_{11}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  maka instrumen tidak reliabel dan tidak dapat digunakan untuk mengambil data. Kriteria tingkat reliabilitas instrumen dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.4. Kriteria Tingkat Reliabilitas Instrumen

R alpha	Interpretasi
0.800-1.000	Very high
0.600-0.799	High
0.400-0.599	Moderate
0.200-0.399	Low
<0.200	Very low

Hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5.

**Hasil Uji Reliability Pertanyaan Performance**

No.	Kategori	Reliability	Interpretasi	Status
1	Reliability	0,7470	high	Reliable
2	Responsiveness	0,7494	high	Reliable
3	Assurance	0,7388	high	Reliable
4	Emphaty	0,6982	high	Reliable

Tabel 4.6.

**Hasil Uji Reliability Pertanyaan Expectasi**

No.	Kategori	Reliability	Interpretasi	Status
1	Reliability	0,7776	high	Reliable
2	Responsiveness	0,7351	high	Reliable
3	Assurance	0,6507	high	Reliable
4	Emphaty	0,8842	Very high	Reliable

Tabel 4.7.

**Hasil Uji Reliability Pertanyaan Kepuasan**

No	Kategori	Reliability	Interpretasi	Status
1.	kepuasan	0.6884	high	reliable

**4.3. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif merupakan analisis yang didasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari responden, dimana responden membuat pernyataan dan penilaian terhadap kriteria-kriteria yang diajukan oleh penulis yang terangkum dalam daftar pertanyaan. Kemudian data yang diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan, selanjutnya dihitung persentasenya.

Kepuasan konsumen akan terlaksana apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen. Berbagai faktor seperti; subyektivitas si pemberi jasa, keadaan psikologis (konsumen maupun pemberi jasa), kondisi lingkungan eksternal dan sebagainya. Di bawah ini akan disampaikan mengenai karakteristik konsumen.

### 4.3.1. Karakteristik Responden

#### 4.3.1.1. Usia responden

Tabel 4.8.

#### Usia Responden

Tingkat usia	Jumlah	Presentase
< 20 tahun	9	8,2
20 - 30 tahun	89	80,9
≥ 30 tahun	12	10,9
Jumlah	110	100

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berumur antara 20 – 30 tahun yang memiliki jumlah paling besar berjumlah 89 orang atau sebesar 80,9%, hal ini dikarenakan di Semarang lebih banyak mahasiswa yang tidak memiliki telepon rumah dan buku telepon.

#### 4.3.1.2. Jenis Pekerjaan

Tabel 4.9.

#### Jenis pekerjaan responden

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pengusaha	4	3,6
Pegawai Negeri Sipil	15	13,6
Pegawai Swasta	22	20
TNI	-	-
mahasiswa	69	62,7
Lain-lain	-	-
Jumlah	110	100

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang bekerja sebagai mahasiswa merupakan yang paling banyak dipilih yaitu berjumlah 69 orang atau sebesar 62,7%, hal ini dikarenakan di Semarang banyak yang menggunakan jasa layanan 108 oleh mahasiswa.

#### 4.3.1.3. Jenis Kelamin

**Tabel 4.10.**  
**Jenis kelamin responden**

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
Pria	63	57,3
Wanita	47	42,7
Jumlah	110	100

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki merupakan yang paling banyak dipilih yaitu berjumlah 63 orang atau sebesar 57,3%, hal ini dikarenakan laki-laki lebih aktif untuk menelepon, ditinjau dari segi bisnis dan kepentingan lainnya.

#### 4.3.1.4. Pendidikan Terakhir

**Tabel 4.11.**  
**Pendidikan Terakhir responden**

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
Sekolah Dasar	-	-
SMP	1	0,9
SMA	60	54,5
Perguruan Tinggi	49	44,5
Jumlah	110	100

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki tingkat pendidikan SMA merupakan yang paling banyak dipilih yaitu berjumlah 60 orang atau sebesar 54,5%, hal ini dikarenakan di Semarang lebih banyak mahasiswa.

#### 4.3.1.5. Tingkat Pendapatan

**Tabel 4.12.**  
**Tingkat pendapatan responden**

Tingkat Pendapatan	Jumlah	presentase
< Rp. 500.000	54	49,1
Rp. 1.000.000-Rp. 2000.000	25	22,7
> Rp. 2000.000	31	28,2
Jumlah	110	100

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki pendapatan Rp. 500.000 merupakan yang paling banyak dipilih yaitu berjumlah 54 orang atau sebesar 49,1%, hal ini dikarenakan di Semarang pada umumnya mahasiswa yang masih mengharapkan kiriman dari orang tua.

#### 4.4. Analisis Statistik

Analisis kuantitatif yaitu menganalisis data yang dinyatakan dengan angka-angka, dimana angka tersebut adalah data yang diperoleh dari kuisisioner dengan sistem skala skor, analisis secara kuantitatif ini dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa metode statistik.

##### 4.4.1. Analisis regresi linier berganda

Dalam penelitian ini pengaruh dari :

$X_1$  = dimensi *reliability*

$X_2$  = dimensi *responsiveness*

$X_3$  = dimensi *assurance*

$X_4$  = dimensi *empathy*

$Y$  = kepuasan konsumen

dinyatakan dalam model berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Dimana,

$a$  = konstanta

$b_1$  = koefisien regresi dimensi *reliability*

$b_2$  = koefisien regresi dimensi *responsiveness*

$b_3$  = koefisien regresi dimensi *assurance*

$b_4$  = koefisien regresi dimensi *empathy*

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dengan bantuan paket program SPSS 11.05, diperoleh hasil sebagai berikut :

$$a = 0,814$$

$$b_1 = 0,163$$

$$b_2 = 0,304$$

$$b_3 = 0,188$$

$$b_4 = 0,149$$

Jadi persamaan garis regresinya adalah:

$$Y = 0,814 + 0,163X_1 + 0,304X_2 + 0,188X_3 + 0,149X_4$$

$$Th (2,226) (2,092) (3,603) (2,604) (1,571) (1,553)$$

$$R = 0,572 \quad R^2 = 0,328$$

Uji signifikansi variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut:

a) Hipotesis

$$H_0 = b_1, b_2, b_3, b_4 = 0 ; \text{ tidak signifikan}$$

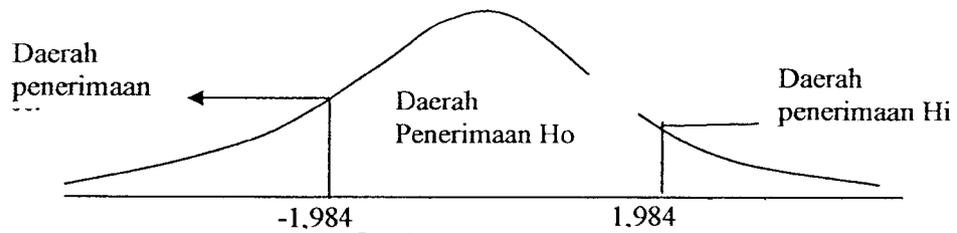
$$H_i = b_1, b_2, b_3, b_4 \neq 0 ; \text{ signifikan}$$

b) Menentukan daerah kritis pengujian

$$\alpha = 0,05 , \frac{1}{2} \alpha = 0,025$$

$$df = n - k - 1 = 110 - 4 - 1 = 105$$

$$t_{0,05; 105} = \pm 1,984$$



Gambar 4.1.  
Grafik penerimaan dan penolakan Ho

c) Hasil t-hitung

Tabel 4.13.  
Hasil uji koefisien regresi variabel independen  
terhadap variabel dependen

Variabel independent	Koefisien regresi	t-hitung	Angka batas Signifikansi	kesimpulan	keputusan
Reliability	0,163	2,092	0.039	Ha diterima; Ho ditolak	Signifikan
Responsiveness	0,304	3,603	0.000	Ha diterima; Ho ditolak	Signifikan
Assurance	0,188	2,604	0.011	Ha diterima; Ho ditolak	Signifikan
Empathy	0,149	1,571	0.119	Ha ditolak; Ho diterima	Tidak signifikan

Sumber : data diolah

$$\alpha = 0,05 \quad df = n - k - 1 = 110 - 4 - 1 = 105$$

$$t \text{ table } 0,05; 95 = 1,984$$

d) Kesimpulan

b1, b2, b3 ; signifikan

b4 ; tidak signifikan

Dari persamaan di atas,

- a. Nilai konstanta 0,814, hal ini berarti bila persepsi kualitas pelayanan ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) adalah nol, maka nilai kepuasan konsumen ( $Y$ ) pada jasa layanan 108 AWG PT Telekomunikasi Semarang adalah sebesar 0,814
- b. Jika  $X_1$  (dimensi *reliability*) naik sebesar 1%, maka kepuasan konsumen ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan sebesar 0,163 dengan anggapan  $X_1, X_3, X_4$  adalah tetap.
- c. Jika  $X_2$  (dimensi *responsiveness*) naik sebesar 1%, maka kepuasan konsumen ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan sebesar 0,304 dengan anggapan  $X_1, X_2, X_4$  adalah tetap.
- d. Jika  $X_3$  (dimensi *assurance*) naik sebesar 1%, maka kepuasan konsumen ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan sebesar 0,188 dengan anggapan  $X_1, X_2, X_4$  adalah tetap.
- e. Jika  $X_4$  (dimensi *emphaty*) naik sebesar 1%, maka kepuasan konsumen ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan sebesar 0,149 dengan anggapan  $X_1, X_2, X_3$  adalah tetap

#### 4.4.2. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Alat analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui tingginya derajat hubungan antara semua variabel X secara bersama-sama terhadap variabel Y.

Berdasarkan perhitungan dan analisis yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS 11.05, maka diperoleh nilai R sebesar 0,572 yang artinya korelasi mendekati angka 1 dan lebih dari 0,5, maka korelasinya cukup kuat, sedangkan koefisien determinasi diperoleh hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,328 atau 32,8%. hal ini berarti bahwa 32,8% variasi yang terjadi dalam kepuasan konsumen terhadap jasa layanan 108 AWG PT Telekomunikasi Tbk, Semarang disebabkan oleh variasi dimensi-dimensi kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu sebesar 67,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar dimensi kualitas pelayanan seperti sikap konsumen, produk yang ditawarkan, dan motivasi konsumen.

#### 4.4.3. Uji Koefisien Regresi Secara Serentak

Untuk mengetahui apakah korelasi dari garis regresi tersebut signifikan atau tidak maka perlu dilakukan suatu pengujian. Uji yang dilakukan disini adalah uji koefisien regresi serentak, dengan derajat keyakinan ( $\alpha$ ) = 5%, sebagai dasar pengujian. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan program SPSS 10, diperoleh hasil sebagai berikut,

**Tabel 4.14.**  
**Hasil uji ANOVA**

Model	Summary of square	Df	Mean Square	F	Signifikan
Regression	13,688	4	3,422	12,785	.000
Residual	28,105	105	0,268		
Total	41,793	109			

Sumber : data diolah

Hasil uji ANOVA tersebut menunjukkan bahwa angka uji  $F = 12,785$  oleh sebab itu nilai uji  $F$  adalah signifikan, karena tingkat signifikannya  $0,000 (< 0,05)$ , hal ini merupakan prediksi bagi variabel  $Y$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa metode regresi dapat digunakan dalam peramalan.

Langkah pengujian uji  $F$

- a.  $H_0 = b_1, b_2, b_3, b_4$  (Garis regresi tidak dapat digunakan sebagai penaksiran).

$H_a$  :  $H_0$  tidak benar = garis regresi dapat digunakan sebagai penaksiran

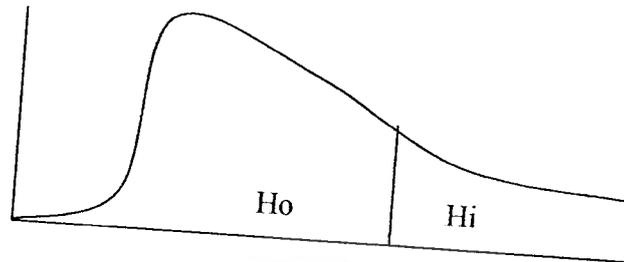
- b. Dengan tingkat signifikansi

$$F \alpha = 0,05 ; df = n - k - 1$$

$$= 110 - 4 - 1 = 105$$

c. Hasil  $F_h$  : 12,785

Tabel F 0,05 ;  $df = 95$



Gambar 4.2.  
Grafik penerimaan dan penolakan  $H_0$

#### 4.4.4. Analisis Korelasi Parsial.

Analisis korelasi parsial digunakan untuk mengetahui hubungan satu persatu antara variabel dependen dengan variabel independen, sehingga dapat diketahui kualitas layanan mana yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen.

Sedang korelasi determinasi dilakukan untuk membuktikan apakah hasil perhitungan korelasi parsial di atas memiliki hubungan yang signifikan atau tidak. Dengan kata lain untuk membuktikan nilai  $R$ , yang didapat dari analisa korelasi itu benar ada atau hanya karena faktor kebetulan saja. Ringkasan hasil analisa korelasi dengan menggunakan *Pearson Corelation Test* adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.15.**  
**Uji korelasi pearson**

Dimensi kualitas layanan	Kepuasan konsumen	Tabel T A = 0,05; df = 109	signifikan
Reliability	0,404	1,984	0,000
Responsiveness	0,441	1,984	0,000
Assurance	0,266	1,984	0,005
Empathy	0,368		0,000

Sumber : data diolah

Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan nilai probabilitas dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) yang digunakan. Seluruh pengujian yang dilakukan menggunakan tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau 0,05.

- a. Korelasi parsial antara dimensi *reliability* dengan kepuasan konsumen.

Berdasarkan perhitungan data dengan menggunakan SPSS 11.05, diperoleh hasil sebagai berikut:

$$r_{y1.234} = 0,404$$

$$P = 0,000$$

Karena nilai P lebih kecil dari 0,05 maka nilai korelasi tersebut adalah signifikan yang berarti memiliki pengaruh yang kuat, dengan demikian

dapat dikatakan bahwa tingkat kepercayaan 95%, respon konsumen terhadap dimensi *reliability* (X1) berpengaruh secara signifikan dengan kepuasan konsumen (Y).

- b. Korelasi parsial antara dimensi *responsiveness* dengan kepuasan konsumen.

Berdasarkan perhitungan data dengan menggunakan SPSS 11.05, diperoleh hasil sebagai berikut:

$$r_{2.134} = 0,441$$

$$P = 0,000$$

Karena nilai P lebih kecil dari 0,05 maka nilai korelasi tersebut adalah signifikan yang berarti memiliki pengaruh yang kuat, dengan demikian dapat dikatakan bahwa tingkat kepercayaan 95%, respon konsumen terhadap dimensi *responsiveness* (X2) berpengaruh secara signifikan dengan kepuasan konsumen (Y).

- c. Korelasi parsial antara dimensi assurance dengan kepuasan konsumen.

Berdasarkan perhitungan data dengan menggunakan SPSS 10, diperoleh hasil sebagai berikut:

$$r_{3.124} = 0,266$$

$$P = 0,005$$

Karena nilai P lebih besar dari 0,05 maka nilai korelasi tersebut adalah signifikan yang berarti memiliki pengaruh yang kuat, dengan demikian dapat dikatakan bahwa tingkat kepercayaan 95%, respon konsumen terhadap dimensi *assurance* (X3) berpengaruh secara signifikan dengan kepuasan konsumen (Y).

d. Korelasi parsial antara dimensi *empathy* dengan kepuasan konsumen.

Berdasarkan perhitungan data dengan menggunakan SPSS 10, diperoleh hasil sebagai berikut:

$$r_{y5.1234} = 0,368$$

$$P = 0,000$$

Karena nilai P lebih kecil dari 0,05 maka nilai korelasi tersebut adalah signifikan yang berarti memiliki pengaruh yang kuat, dengan demikian dapat dikatakan bahwa tingkat kepercayaan 95%, respon konsumen terhadap dimensi *empathy* (X4) berpengaruh secara signifikan dengan kepuasan konsumen (Y).

Tabel 4.16.

**Tingkat Kesesuaian Expectasi dan Performance Pada Pelayanan Jasa Informasi  
108 AWG Semarang**

No	DIMENSI	PERFOR MANANCE	EKPECTASI	GAP	TK KESESUAIAN
<b>A. RELIABILITY</b>					
1	Ketelitian pelayanan	3.063636	3.845455	-0.781818	79.66903
2	Ketepatan waktu pelayanan	3.272727	3.745455	-0.472727	87.37864
	Rata-rata	<b>3.168182</b>	<b>3.795455</b>	<b>-0.627273</b>	<b>83.52384</b>
<b>B. RESPONSIVENESS</b>					
3	Layanan operator cepat dan sopan	3.145455	3.627273	-0.481818	86.71679
4	Kesediaan operator dalam membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan	3.118182	3.627273	-0.509091	85.96491
	Rata-rata	<b>3.131818</b>	<b>3.627273</b>	<b>-0.495455</b>	<b>86.34085</b>
<b>C. ASSURANCE</b>					
5	Operator mampu melayani pertanyaan pelanggan	2.727273	3.627273	-0.9	75.18797
6	Kesabaran operator dalam memberikan layanan informasi nomor telepon pada pelanggan	3.127273	3.609091	-0.481818	86.64987
	Rata-rata	<b>2.927273</b>	<b>3.618182</b>	<b>-0.690909</b>	<b>80.91892</b>
<b>D. EMPHATY</b>					
7	Operator selalu menanyakan nama penelepon yang masuk agar tercipta hubungan yang baik antara operator dengan pelanggan	3.336364	3.627273	-0.290909	91.97995
8	Operator selalu mendengarkan dengan baik pertanyaan yang diajukan pelanggan	3.045455	3.718182	-0.672727	81.90709
	<b>Rata-rata</b>	<b>3.190909</b>	<b>3.672727</b>	<b>-0.481818</b>	<b>86.94352</b>

Sumber : Data primer diolah, 2005

#### a. Dimensi Reliability

Dimensi *Reliability* menunjukkan, kemampuan Jasa Informasi 108 untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Pelayanan Jasa Informasi 108 AWG Semarang dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi konsumennya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,795) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (3,168), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 83,52%. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pelayanan Jasa Informasi 108 AWG Semarang dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen pada atribut *Reliability*. Gap yang paling besar terdapat pada item 1 yaitu Ketelitian pelayanan sebesar  $-0,782$

#### b. Dimensi Responsiveness

Dimensi *responsiveness* menunjukkan, kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat dan tanggap. Pelayanan Jasa Informasi 108 AWG Semarang dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi konsumennya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,627) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (3,132), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 86,34%. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pelayanan Jasa Informasi 108 AWG Semarang dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen pada atribut *responsiveness*. Gap yang paling besar terdapat pada item 2 yaitu kesediaan operator dalam memberikan layanan informasi nomor telepon pada pelanggan sebesar  $-0,509$

### c. Assurance

Dimensi *Assurance* menunjukkan, pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Pelayanan Jasa Informasi 108 AWG Semarang dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi konsumennya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,618) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (2,927), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 80,919%. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pelayanan Jasa Informasi 108 AWG Semarang dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen pada atribut *assurance*. Gap yang paling besar terdapat pada item 1 yaitu operator mampu melayani pertanyaan pelanggan sebesar  $-0,9$

### d. Dimensi Emphaty

Dimensi *emphaty* menunjukkan, kepedulian, memberi perhatian pribadi bagi konsumen. Jasa Informasi 108 AWG Semarang dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi konsumennya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,673) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (3,191), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 86,944%. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pelayanan Jasa Informasi 108 AWG Semarang dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen pada atribut *emphaty*. Gap yang paling besar terdapat pada item 2 yaitu operator selalu mendengarkan dengan baik pertanyaan yang diajukan pelanggan sebesar  $-0,673$

Selanjutnya dari hasil rata-rata kinerja dan kepentingan konsumen terhadap Pelayanan Jasa Informasi 108 AWG Semarang dapat dilakukan analisis diagram kartesius. Analisis Diagram Kartesius bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Jasa Informasi 108 AWG Semarang. Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan melalui peningkatan pelayanan pada jasa tersebut. Langkah ini adalah menjabarkan variabel ke dalam diagram kartesius berdasarkan penilaian performance (kinerja) perusahaan dan penilaian expectasi. Sebagai sumbu X adalah Performance (Kinerja) perusahaan dan sumbu Y adalah Expectasi pelanggan.

Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi empat bagian yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik  $(\bar{X}, \bar{Y})$ , dimana :

$\bar{X}$  = Skor rata-rata seluruh faktor tingkat kinerja Jasa Informasi 108

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata dari seluruh faktor kepentingan konsumen

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^K \bar{Y}_i}{K}$$

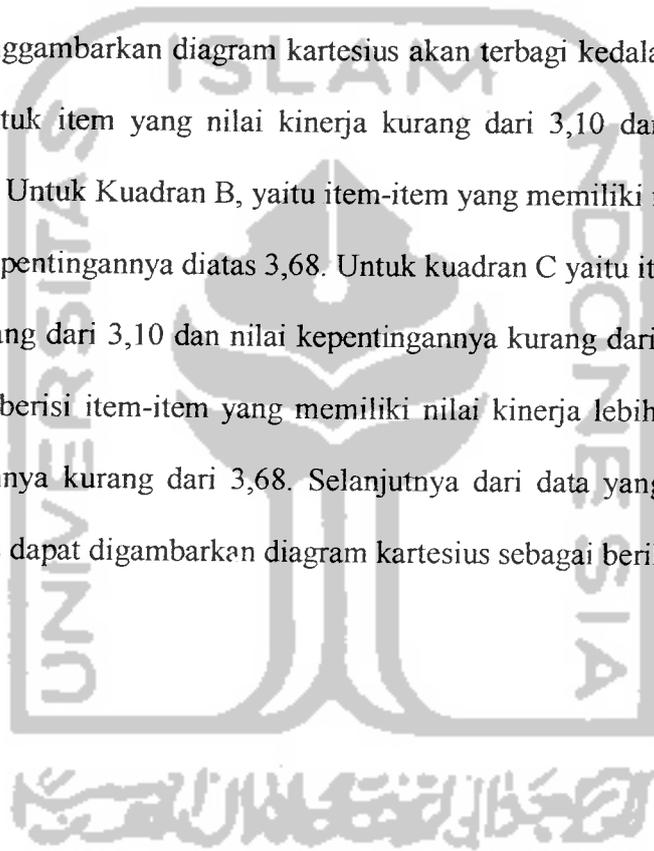
Sehingga dapat ditentukan besarnya skor rata-rata tersebut sebagai berikut :

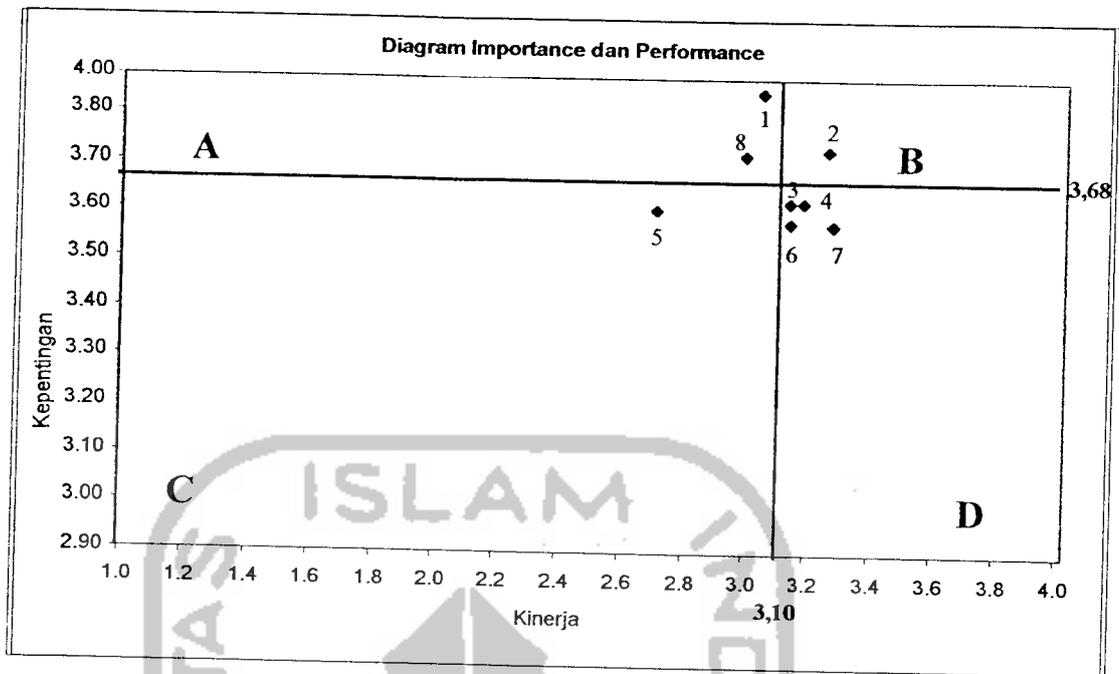
$$\bar{X} = \frac{3,06+3,27+3,14+ \dots + 3,05}{8} = 3,1045$$

$$\bar{Y} = \frac{3,85+3,75+3,63+ \dots + 3,72}{8} = 3,68$$

Hasil perhitungan Analysis Diagram Kartesius pada pelayanan Jasa Informasi 108 AWG Semarang dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Berdasarkan tabel 4.16. dapat diketahui bahwa nilai rata-rata kinerja sebesar 3,10 dan rata-rata nilai Harapan adalah sebesar 3,68. Selanjutnya angka rata-rata kinerja dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu X dan nilai rata-rata kepentingan dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu Y. Dalam menggambarkan diagram kartesius akan terbagi kedalam 4 kuadran. Kuadran A yaitu untuk item yang nilai kinerja kurang dari 3,10 dan nilai kepentingannya diatas 3,68. Untuk Kuadran B, yaitu item-item yang memiliki nilai kinerja diatas 3,10 dan nilai kepentingannya diatas 3,68. Untuk kuadran C yaitu item yang memiliki nilai kinerja kurang dari 3,10 dan nilai kepentingannya kurang dari 3,68. Sedangkan pada kuadran D berisi item-item yang memiliki nilai kinerja lebih dari 3,10 tetapi nilai kepentingannya kurang dari 3,68. Selanjutnya dari data yang diperoleh pada tabel 4.16. di atas dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut :





**Gambar 4.3.**  
**Diagram Kartesius kualitas pelayanan pada Jasa Informasi 108 AWG**  
**Semarang per Variabel**

Berdasarkan gambar 4.3 di atas menunjukkan beberapa variabel berada pada kuadran yang berbeda-beda. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Kuadran A

Variabel yang berada pada kuadran A artinya variabel ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata tetapi tingkat kepentingan konsumen cukup tinggi. Variabel-variabel ini penanganannya perlu diutamakan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan kinerjanya masih belum memuaskan.

Untuk kasus diatas variabel-variabel yang ada dalam kuadran A adalah :

- a) Variabel 1 yaitu Ketelitian pelayanan.
- b) Variabel 8 yaitu Operator selalu mendengarkan dengan baik pertanyaan yang diajukan pelanggan

Dengan demikian strategi yang dilakukan pihak Jasa Informasi 108 AWG Semarang harus memprioritaskan pada peningkatan kinerja atau performance pada variabel ini strateginya yaitu dengan cara meningkatkan dimensi reliability dan emphaty seperti training karyawan, selain itu peningkatan sumber daya manusia harus ditingkatkan melalui kecermatan karyawannya.

## 2. Kuadran B

Variabel yang masuk dalam kuadran B merupakan kekuatan perusahaan karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dengan performance yang tinggi pula. Variabel-variabel yang ada dalam kuadran B ini adalah :

- a) Variabel 2 yaitu ketepatan waktu pelayanan.

Dengan demikian strategi yang dilakukan perusahaan harus dapat mempertahankan variabel di atas yang telah dinilai oleh pelanggan sebagai pelayanan yang memuaskan. Hal ini memang telah dilakukan oleh Jasa Informasi 108 AWG Semarang dimana perusahaan mengedepankan kecepatan dan keandalan pada karyawan yang bekerja.

## 3. Kuadran C

Variabel yang berada pada kuadran C adalah variabel yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja relatif rendah. Walaupun tingkat kepentingan

konsumen rendah namun kinerja yang rendah dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi konsumen ketika menggunakan kualitas pelayanan pada Jasa Informasi 108 AWG Semarang. Variabel yang ada pada kuadran ini adalah :

- a) Variabel 5 yaitu Operator mampu melayani pertanyaan pelanggan

Strategi yang dilakukan Perusahaan harus memberikan perhatian yang serius pada variabel di atas dalam hal ini jaminan kemampuan operator dalam melayani pertanyaan pelanggan, karena ketidakpuasan konsumen pada umumnya berawal dari variabel ini. Walaupun perhatian telah diberikan kepada setiap konsumen, tetapi kadang kala karyawan tidak begitu memperhatikan pertanyaan pelanggan.

#### 4. Kuadran D

Variabel yang berada pada kuadran D adalah variabel yang memiliki kinerja yang menurut pelanggan sangat baik, tetapi variabel ini memiliki tingkat kepentingan yang tidak begitu tinggi. Variabel yang ada dalam kuadran ini adalah :

- a) Variabel 3 yaitu Layanan operator cepat dan sopan.  
b) Variabel 4 yaitu Kesiediaan operator dalam membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan.  
c) Variabel 6 yaitu Kesabaran operator dalam memberikan layanan informasi nomor telepon pada pelanggan

- d) Variabel 7 yaitu Operator selalu menanyakan nama penelepon yang masuk agar tercipta hubungan yang baik antara operator dengan pelanggan

Dengan demikian strategi yang dilakukan pihak perusahaan harus mempertimbangkan kembali ketujuh variabel di atas karena dirasakan terlalu berlebihan. Sebaiknya kinerja yang ada pada kedua variabel di atas tidak perlu terlalu tinggi, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak begitu mementingkan pelayanan pada variabel tersebut. Usaha peningkatan kualitas pelayanan dialihkan pada beberapa variabel yang dirasa sangat dipentingkan oleh pelanggan tetapi kinerjanya masih terasa kurang yaitu variabel-variabel yang berada pada kuadran A.

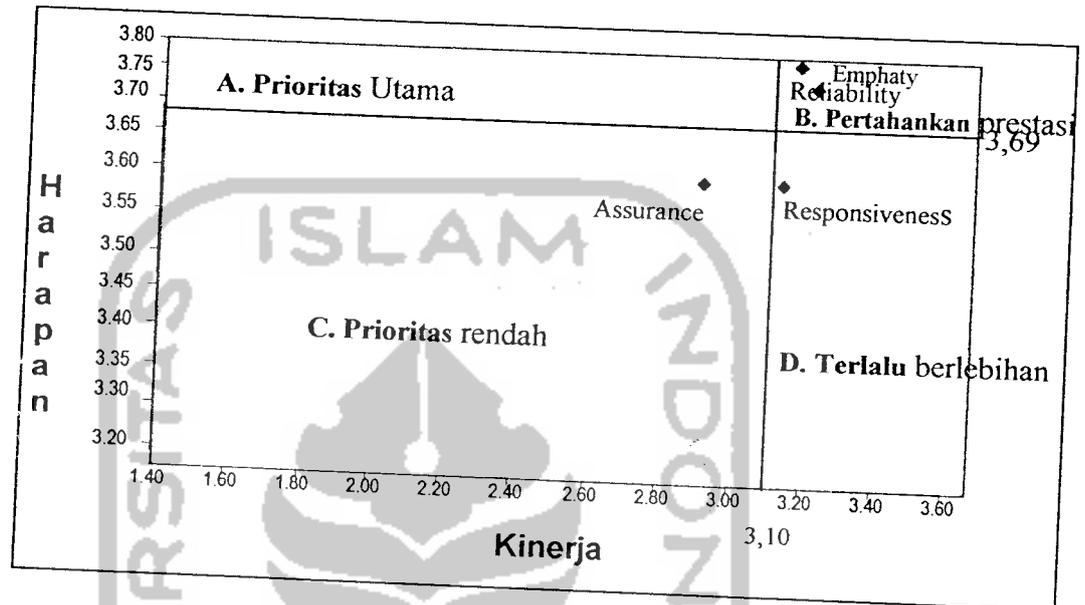
Sedangkan Analisis koordinat kartesius perdimensi didasarkan pada koordinat kartesius antara Jasa Informasi 108 AWG Semarang terhadap kepentingan pada keseluruhan dimensi yang ada. Hasil indeks kinerja dan indek kepentingan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.17.**  
**Koordinat Importance – Performance Analisis Per Dimensi**

Dimensi	Indek Ekpectasi	Indeks Performance
Reliability	3.795455	3.168182
Responsiveness	3.627273	3.131818
Assurance	3.618182	2.927273
Emphaty	3.672727	3.190909
Rata-rata	<b>3,69</b>	<b>3,10</b>

Sumber : Data primer diolah, 2005

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata performance sebesar 3,10 dan rata-rata nilai kepentingan adalah sebesar 3,69. Selanjutnya dari data yang diperoleh pada tabel 4.17 di atas dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut :



Gambar 4.4.  
Diagram Importance / Performance Matrik kualitas pelayanan pada Jasa Informasi 108 AWG Semarang Per Dimensi

Berdasarkan gambar 4.4. di atas menunjukkan beberapa dimensi berada pada kuadran yang berbeda-beda. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Variabel yang berada pada kuadran A artinya variabel ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata tetapi tingkat kepentingannya cukup tinggi. Strategi dari variabel-variabel ini, dalam penanganannya perlu diutamakan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting

oleh konsumen, sedangkan performancenya masih belum memuaskan. Untuk kasus di atas tidak terdapat dimensi yang ada dalam kuadran A

## 2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Variabel yang masuk dalam kuadran B merupakan kekuatan perusahaan karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dengan performance yang tinggi pula. Dimensi kualitas pelayanan yang berada pada kuadran B adalah dimensi *Reliability* dan *Emphaty*. Untuk itu strategi perusahaan harus mempertahankan kualitas pelayanan pada dimensi-dimensi tersebut karena telah dinilai baik oleh konsumen sesuai dengan harapannya.

## 3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Variabel yang berada pada kuadran C adalah variabel yang memiliki tingkat performance dan importance relatif rendah. Walaupun tingkat kepentingan konsumen rendah namun performance yang rendah dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi konsumen ketika menggunakan jasa-jasa yang ditawarkan oleh Jasa Informasi 108 AWG Semarang. Dimensi yang termasuk dalam kuadran ini adalah dimensi *Assurance*. Untuk itu strategi yang dilakukan perusahaan, harus meningkatkan kinerja pada dimensi ini dengan cara pemberian jaminan akan pelayanan.

#### 4. Kuadran D (Terlalu Berlebihan)

Variabel yang berada pada kuadran D adalah variabel yang memiliki performance yang menurut konsumen sangat baik, tetapi variabel ini memiliki tingkat kepentingan yang tidak begitu penting. Dimensi yang termasuk dalam kuadran ini adalah dimensi *Responsiveness*. Untuk itu strategi yang dilakukan perusahaan harus mempertimbangkan kembali dimensi *responsiveness*, karena dirasakan terlalu berlebihan, sebaiknya kinerja yang ada pada dimensi tersebut tidak perlu terlalu tinggi, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak terlalu mementingkan pelayanan pada dimensi tersebut.

