

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Tesis disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Magister Manajemen Teknologi (M.MT)

di

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh:

Henry Pribadi

NRP: 09211650013035

Tanggal Ujian: 13 Januari 2020

Periode Wisuda: Maret 2020

Disetujui oleh:

Pembimbing:

1. **Dr. Ir.Mokh. Suef, M.Sc(Eng)**
NIP: 196506301990031002

Penguji:

1. **Prof.Ir.Moses L. Singgih, M.Sc, M.Reg.Sc, Ph.D**
NIP: 196505181992031003

2. **Dr.Ir.Bustanul Arifin Nur, M.Sc.**
NIP: 195904301989031001

Kepala Departemen Manajemen Teknologi

Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital



Prof. Ir. I Nyoman Pujawan, M.Eng, Ph.D, CSCP

NIP: 196912311994121076

**PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN PUBLIK BALAI
MONITOR KELAS I SURABAYA DENGAN INTEGRASI
*SERVICE QUALITY (SERVQUAL), IMPORTANT
PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN
HOUSE OF QUALITY (HoQ)***

Nama Mahasiswa : Henry Pribadi
NRP : 09211650013035
Pembimbing : Dr. Ir. Mokh. Suef, M.Sc(Eng)

ABSTRAK

Salah satu media penyaluran informasi dalam teknologi telekomunikasi adalah spektrum frekuensi radio. Spektrum frekuensi radio merupakan sumber daya alam yang terbatas sehingga penggunaannya perlu diawasi dan dikendalikan agar efektif, efisien, dan bebas gangguan. Untuk terciptanya penggunaan spektrum frekuensi radio yang efektif, efisien, dan bebas gangguan itu, Kemenkominfo membentuk Unit Pelaksana Teknis (UPT) Bidang Monitor Spektrum Frekuensi Radio. Unit Pelaksana Teknis (UPT) Bidang Monitor Spektrum Frekuensi Radio bertugas melaksanakan pengawasan dan pengendalian penggunaan spektrum frekuensi radio. Di Jawa Timur, UPT Bidang Monitor Spektrum Frekuensi Radio bernama Balai Monitor Spektrum Frekuensi Radio Kelas I Surabaya (Balmon Surabaya). Balmon Surabaya memberikan beberapa layanan pada masyarakat, yaitu: Pendistribusian Ijin Stasiun Radio (ISR), Pendistribusian Surat Pemberitahuan Pembayaran (SPP), dan Penanganan Gangguan Frekuensi. Pelayanan yang diberikan pada masyarakat masih bermasalah, hal ini ditunjukkan dengan masih adanya keluhan pengguna tentang Ijin Stasiun Radio (ISR) yang tidak terdistribusi pada pengguna frekuensi di Jawa Timur. Untuk mengetahui kualitas layanan dan respon teknis perbaikan Balmon Surabaya, perlu dilakukan penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner harapan dan kepuasan pengguna yang mengacu pada 5 (lima) dimensi *Service Quality* (Servqual) kepada 130 (seratus tiga puluh) responden, kemudian dianalisa dengan metode *Important Performance Analysis* (IPA) untuk menentukan variabel yang wajib diperbaiki, dan analisa dengan *Quality Function Deployment* (QFD) untuk menyusun respon teknis perbaikan layanan. Dari hasil analisa dengan menggunakan 3 (tiga) metode tersebut diperoleh 3 (tiga) Respon Teknis, yaitu: melakukan pencetakan Surat Pemberitahuan Pembayaran (SPP) 2 bulan sebelum jatuh tempo, mengkonfirmasi penerimaan Surat Pemberitahuan Pembayaran (SPP) oleh pengguna, dan mengajukan pembuatan nomor bebas pulsa.

Kata kunci: balai monitor, *important performance analysis*, layanan, *service quality*, *quality function deployment*.

**QUALITY IMPROVEMENT OF PUBLIC SERVICE IN
SURABAYARADIO FREQUENCY SPECTRUM
MONITORING OFFICE WITH INTEGRATION OF SERVICE
QUALITY (SERVQUAL), IMPORTANT PERFORMANCE
ANALYSIS (IPA) AND HOUSE OF QUALITY (HoQ)**

By : Henry Pribadi
Student Identity Number : 09211650013035
Supervisor : Dr. Ir. Mokh. Suef, M.Sc(Eng)

ABSTRACT

One of the information transmission media in telecommunication technology is the radio frequency spectrum. The radio frequency spectrum is a limited natural resource and its usage needs to be monitored and controlled so that it is effective, efficient and interference free. In order to effective, efficient, and free interference for frequency spectrum using, The Ministry of Communication dan Informatics develops Radio Spectrum Monitoring Technical Unit (UPT). Radio Spectrum Monitoring Technical Unit (UPT) is tasked to supervise and controll of the radio frequency spectrum. The Radio Spectrum Monitoring Technical Unit (UPT) in East Java named Balai Monitor Spektrum Frkeuensi Radio Kelas I Surabaya (Balmon Surabaya). Balmon Surabaya provides several services for community, such as: Radio Station License (ISR) distribution, Payment Notification Letter (SPP) Distribution, dan Handling Frequency Interference Report. In carrying out there duties, there are still user complains about Balmon Surabaya services. The unsatisfaction conditions showed by ISRs are not distributed to frequency users in East Java. Therefore it is necessary, in order to improve quality of service, do research to determine the quality of services and technical response should be done. The study was conducted by distributing a questionnaire of expectations and user satisfaction, referring to the 5 (five) dimensions of Service Quality (Servqual) to 130 (one hundred and thirty) responden then analyzed further by Important Performance Analysis (IPA) to determine the variabel that has to be improved, and using Quality Function Deployment (QFD) to develop the quality improvement strategies. The result of the study concludes that “printing the Surat Pemberitahuan Pembayaran (SPP) 2 months before the due date”; “confirming the SPP receipt by the user”, and “proposing the toll-free number” are technical responses have to be done.

Keywords: important performance analysis, monitoring office, service quality, quality function deployment.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT. Akhirnya tesis dengan judul “Peningkatan Kualitas Layanan Publik Balai Monitor Kelas I Surabaya dengan Integrasi *Service Quality* (SERVQUAL), *Important Performance Analysis* (IPA), dan *House of Quality* (HOQ)” ini dapat diselesaikan. Penulisan ini sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Master Manajemen Teknik di MMT-ITS yang diharapkan mampu memberikan nilai tambah bagi kemajuan pengajaran maupun penelitian.

Banyak pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan tesis ini, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orangtua tersayang, isteri dan anak-anakku tercinta yang selalu sabar mengingatkan dan terus memberikan dukungan, baik moral maupun material yang tidak ada hentinya selama menjalani studi di MMT-ITS.
2. Bapak Dr. Ir. Mokh. Suef, M.Sc (Eng) sebagai Sekretaris Departemen MMT-ITS dan dosen pembimbing tesis yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan petunjuk dalam penyelesaian tesis ini.
3. Kepada Bapak/Ibu dosen yang telah banyak memberikan ilmu dan pengalamannya selama menjalani perkuliahan di MMT-ITS.
4. Kepada Kepala Balai Monitor Surabaya dan teman-teman di Balmon Surabaya atas support dan dukungannya selama menjalankan studi.
5. Kepada bapak/ibu staff MMT-ITS yang banyak membantu administratif selama menjalankan perkuliahan di jurusan.
6. Kepada teman-teman angkatan yang banyak membantu dan bekerja sama selama studi di MMT-ITS.
7. Dan kepada semua pihak yang terlibat dalam membantu penulis dalam pengerjaan tesis ini hingga selesai yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Pada akhirnya penulis berharap semoga tesis ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan bagi mahasiswa di lingkungan MMT-ITS khususnya maupun kalangan masyarakat pada umumnya.

Surabaya, Januari 2020

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATAPENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan dan Asumsi Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penelitian.....	7
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kementerian Komunikasi dan Informatika.....	9
2.2 Unit Pelaksana Teknis (UPT) Bidang Monitor Spektrum Frekuensi Radio	13
2.3 Balai Monitor Spektrum Frekuensi Radio Kelas I Surabaya (Balmon Surabaya).....	17
2.3.1 Visi.....	17
2.3.2 Misi.....	17
2.3.3 Sasaran.....	17
2.3.4 Sumber Daya Manusia.....	18
2.3.5 Perangkat Monitor.....	18
2.3.6 Wilayah Kerja.....	21
2.4 Spektrum Frekuensi Radio.....	21

2.5	Pelayanan.....	23
2.6	Kualitas Pelayanan.....	24
2.7	Pelayanan Publik.....	25
2.7.1	Penyampaian Ijin Stasiun Radio (ISR) pengguna frekuensi.....	26
2.7.2	Penyampaian Surat Pemberitahuan Pembayaran (SPP) Biaya Hak Pergunaan Frekuensi (BHP Frek).....	27
2.7.3	Layanan Pengaduan Gangguan Spektrum Frekuensi.....	28
2.8	<i>Service Quality</i> (ServQual).....	28
2.9	<i>Important Performance Analysis</i> (IPA).....	36
2.10	<i>Quality Function Deployment</i> (QFD).....	39
2.11	Penelitian Terdahulu.....	44
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		47
3.1	Identifikasi Masalah.....	48
3.2	Pengumpulan Data.....	49
3.3	Pengolahan dan Analisis Data.....	52
3.4	Penyusunan Kesimpulan dan Saran.....	53
BAB 4 PENGOLAHAN DAN ANALISA DATA.....		55
4.1	Pengumpulan Data.....	55
4.1.1	Data Responden.....	55
4.1.2	Data Kuesioner.....	56
4.2	Pengujian Data.....	58
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas atas Data Harapan Pelanggan.....	59
4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas atas Data Yang dirasakan Pelanggan..	60
4.2.3	Uji Validitas dan Reliabilitas atas Data Kepentingan Pelanggan.....	61
4.3	Analisa Data.....	62
4.3.1	Analisa <i>Service Quality</i>	62
4.3.2	Analisa <i>Important Performance Analysis</i> (IPA).....	68
4.3.3	Analisa <i>House of Quality</i> (HoQ).....	71

BAB 5 KESIMPULAN.....	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Struktur organisasi Kementerian Komunikasi dan Informatika.....	11
Gambar 2.2	Struktur organisasi Direktorat Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika.....	13
Gambar 2.3	Bagan organisasi Balai Monitor Spektrum Frekuensi Radio Kelas I.....	16
Gambar 2.4	Lokasi SMFR dan <i>transportable system</i> Balai Monitor Surabaya.	19
Gambar 2.5	Blok diagram stasiun monitor terintegrasi dan modern.....	20
Gambar 2.6	Peta wilayah Jawa Timur.....	21
Gambar 2.7	Spektrum Gelombang Elektromagnetik Berdasarkan Band Frekuensi.....	22
Gambar 2.8	Prosedur pendistribusian ISR.....	27
Gambar 2.9	Prosedur Pendistribusian SPP.....	28
Gambar 2.10	Prosedur Pelayanan Penanganan Gangguan.....	28
Gambar 2.11	Dimensi metode Servqual.....	32
Gambar 2.12	Gap Model pada Servqual.....	33
Gambar 2.13	Diagram <i>Important-Performance Analysis</i>	38
Gambar 2.14	Matriks <i>House of Quality</i> (HOQ).....	41
Gambar 3.1	Diagram Alir Penelitian.....	48
Gambar 4.1	Diagram IPA kepuasan pelanggan.....	70
Gambar 4.2	Matriks hubungan variabel.....	76
Gambar 4.3	Korelasi respon teknis.....	78
Gambar 4.4	Matriks Prioritas.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pengguna Frekuensi Radio Berdasarkan Band Frekuensi.....	1
Tabel 1.2	Rekap Pendistribusian ISR Tahun 2015, 2016 dan 2017.....	4
Tabel 2.1	Rekapitulasi Alat atau Perangkat Monitor Balai Monitor Surabaya...	20
Tabel 2.2	Tabel Frekuensi Radio dan Panjang Gelombang.....	22
Tabel 3.1	Skor Nilai Pernyataan Harapan Pelanggan.....	49
Tabel 3.2	Skor Nilai Pernyataan yang Dirasakan Pelanggan.....	50
Tabel 3.3	Skor Nilai Pernyataan Kepentingan Pelanggan.....	50
Tabel 3.4	Jumlah Pengguna Frekuensi dan Responden Penelitian di Surabaya, Malang, dan Kediri.....	51
Tabel 4.1	Jumlah Responden Penelitian.....	56
Tabel 4.2	Variabel Pernyataan Kualitas Pelayanan Publik Tiap Dimensi.....	57
Tabel 4.3	Skor Nilai Pernyataan Harapan Pelanggan.....	57
Tabel 4.4	Skor Nilai Pernyataan yang Dirasakan Pelanggan.....	58
Tabel 4.5	Skor Nilai Pernyataan Kepentingan Pelanggan.....	58
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Skor Harapan Pelanggan.....	59
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Harapan Pelanggan.....	59
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Yang dirasakan Pelanggan.....	60
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Yang dirasakan Pelanggan.....	60
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Skor Kepentingan Pelanggan.....	61
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan Pelanggan.....	61
Tabel 4.12	Hasil Skor Rata-rata Persepsi Pelanggan.....	62
Tabel 4.13	Hasil Pengurutan Skor Persepsi Pelanggan Terbesar ke Terkecil.....	63
Tabel 4.14	Hasil Skor Rata-rata Harapan Pelanggan.....	64
Tabel 4.15	Hasil Pengurutan Skor Harapan Pelanggan Terbesar ke Terkecil.....	65
Tabel 4.16	Nilai Kesenjangan Persepsi dan Harapan Pelanggan.....	66
Tabel 4.17	Hasil Pengurutan Skor Gap Persepsi dan Harapan Pelanggan Terbesar ke Terkecil.....	67
Tabel 4.18	Hasil Skor Tingkat Kepentingan Variabel.....	68

Tabel 4.19	Skor Kepentingan dan Kinerja Hasil Survei.....	69
Tabel 4.20	Pembagian Kuadran Sesuai IPA.....	71
Tabel 4.21	Nilai <i>Goal</i> dan <i>Sales Point</i> Variabel.....	72
Tabel 4.22	<i>Final Importance Rating for Customer Needs</i>	72
Tabel 4.23	Respon Teknis Perbaikan.....	73
Tabel 4.24	Matriks Hubungan Variabel.....	73
Tabel 4.25	Nilai <i>Importance Rating of Technical Responses</i> (IRTR).....	80
Tabel 4.26	Hasil Urutan Penilaian Matriks Prioritas.....	80

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi telekomunikasi yang semakin cepat dewasa ini telah mendorong kreatifitas manusia untuk menciptakan teknologi baru, baik dari sisi *transmitter*, *receiver*, maupun media penjarannya. Secara umum, media penjaran informasi dalam teknologi telekomunikasi dapat dibagi menjadi 2 (dua), transmisi fisik, seperti kabel *coaxial*, serat optik, dsb, dan spektrum frekuensi radio.

Spektrum frekuensi radio merupakan kumpulan pita frekuensi radio (Wahid; 2000). ITU (*International Telecommunication Union*), badan khusus Perserikatan Bangsa-Bangsa yang menangani Bidang Telekomunikasi/Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) termasuk didalamnya urusan komunikasi radio, menggolongkan spektrum frekuensi dari 3 KHz sampai dengan 3000 GHz dalam 9(sembilan) rentang pita frekuensi (Sembiring, 2014).

Penggunaan spektrum frekuensi radio sebagai media penjaran informasi dalam teknologi telekomunikasi sangat banyak di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dalam Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Frekuensi berdasarkan Band Frekuensi.

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Frekuensi Radio Berdasarkan Band Frekuensi

No	Band Frekuensi	2013	2013	2014	2014	2015	2015	2016	2016	2017
		Sem-1	Sem-2	Sem-1	Sem-2	Sem-1	Sem-2	Sem-1	Sem-2	Sem-1
1	MF	273	270	184	136	132	102	81	86	82
	(300 KHz-3 MHz)									
2	HF	5.620	5.286	4.676	4.591	4.462	3.526	2.834	5.662	5.591
	(3 MHz-30MHz)									
3	VHF	23.707	24.662	25.945	27.380	28.935	53.661	28.903	47.070	54.006
	(30 MHz-300MHz)									
4	UHF	103.796	104.111	104.938	106.998	107.839	121.590	210.334	165.925	168.417
	(300 MHz-3GHz)									
5	SHF	276.412	295.147	313.588	340.422	330.102	293.653	281.888	347.321	326.156
	(3GHz-30GHz)									
6	EHF	0	0	0	0	0	0	0	0	121
	(30 GHz-300 GHz)									
Jumlah		409.808	429.476	449.331	479.527	471.470	472.532	524.040	566.064	554.373

Sumber: <http://www.postel.go.id>

Sebagai suatu bagian dalam sistem telekomunikasi, spektrum frekuensi radio perlu dibina oleh administratur. Administratur Bidang Telekomunikasi di Indonesia adalah Kementerian Komunikasi dan Informatika. Pembinaan tersebut meliputi penetapan kebijakan, pengaturan, pengawasan dan pengendalian. Berkaitan dengan spektrum frekuensi radio yang merupakan sumber daya terbatas, maka pembinaan yang dilakukan bertujuan untuk menjaga penggunaan spektrum agar efisien, efektif, dan bebas gangguan.

Merujuk pada Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No.15 tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Bidang Monitor Spektrum Frekuensi Radio, dalam tujuannya menciptakan penggunaan frekuensi yang efektif, efisien, dan bebas gangguan itu, Kemenkominfo membentuk Unit Pelaksana Teknis (UPT) Bidang Monitor Spektrum Frekuensi Radio (Bid.Monspektfrekrad). UPT Bid.Monspektfrekrad diklasifikasi dalam 3 (tiga) kelas, yaitu:

1. Balai Monitor Spektrum Frekuensi Radio Kelas I
2. Balai Monitor Spektrum Frekuensi Radio Kelas II
3. Loka Monitor Spektrum Frekuensi Radio.

Tugas pokok UPT Bid.Monspektfrekrad adalah melaksanakan pengawasan dan pengendalian penggunaan spektrum frekuensi radio. Dalam melaksanakan tupoksi tersebut, UPT memiliki fungsi: kegiatan monitoring, observasi, deteksi sumber pancaran, pendampingan penyelesaian piutang, pemeliharaan dan perbaikan perangkat monitor, pelaksanaan Ujian Negara Amatir Radio (UNAR), urusan kepegawaian, keuangan, kerumahtanggaan, dan pelayanan pendistribusian Ijin Stasiun Radio (ISR) dan Surat Pemberitahuan Pembayaran (SPP) Biaya Hak Penggunaan Frekuensi (BHP) Frekuensi, dan pelayanan gangguan frekuensi.

UPT Bid. Monspektfrekrad di Jawa Timur adalah Balai Monitor Spektrum Frekuensi Radio Kelas I Surabaya/Balmon Surabaya. Wilayah kerja Balmon Surabaya adalah Provinsi Jawa Timur dengan luas wilayah 47.863 Km², terdiri dari 38 kab/kota, yang meliputi 2 wilayah utama, yaitu Jawa Timur daratan dan Kepulauan Madura (www.jatimprov.go.id). Pengawasan dan pengendalian

frekuensi dilakukan terhadap seluruh band frekuensi, mulai dari 9 KHz sampai dengan 300 GHz. Sesuai dengan data SIMS (Sistem Informasi Manajemen Spektrum) yang didownload pada Desember 2018, terdapat ±110.000 pengguna frekuensi di Jawa Timur. Pengguna-pengguna tersebut terdiri dari berbagai macam dinas, yaitu dinas maritim, dinas penerbangan, dinas bergerak darat, dinas satelit, dinas amatir, dan dinas penyiaran dan juga merupakan penyelenggara telekomunikasi, baik penyelenggara telekomunikasi jasa, penyelenggara jaringan telekomunikasi, dan penyelenggara telekomunikasi khusus. Contoh-contoh penggunaan frekuensi oleh dinas-dinas tersebut adalah pengguna alat komunikasi konvensional seperti di hotel, rumah sakit, instansi pemerintah, amatir radio; penyelenggara jasa televisi siaran dan jasa siaran radio; penyelenggara jaringan bergerak seluler, penyelenggara jaringan tetap tertutup, baik yang teresterial maupun satelit, dsb.

Dengan luas wilayah yang demikian besar, obyek pengawasan yang demikian banyak, serta perbedaan standar teknis penggunaan frekuensi antar band, maka dalam pelaksanaan tugasnya Balmon Surabaya menemui beberapa permasalahan. Salah satu permasalahan tersebut adalah ketidakpuasan pengguna terhadap layanan Balmon Surabaya. Ketidakpuasan pelanggan ditunjukkan dengan adanya penyampaian langsung dari pengguna pada penulis, baik saat penulis menjadi nara sumber atau saat pengguna berkunjung ke kantor, beberapa hal yang menjadi pengaduan adalah:

1. Masih adanya penyelenggara penyiaran tanpa ijin;
2. Masih adanya izin stasiun radio yang tidak sampai atau terlambat diterima pengguna;
3. Keterlambatan bayar BHP Frekuensi karena SPP terlambat datang atau SPP tidak datang;
4. Adanya pegawai yang kurang menguasai materi permasalahan yang disampaikan pengguna;
5. Adanya pegawai yang tata cara berkomunikasinya kurang baik;
6. Ada daerah-daerah layanan pemegang ijin yang tertumpuk oleh pengguna lain;
7. Belum adanya sosialisasi tentang aturan-aturan penggunaan frekuensi;

Pengaduan pengguna diatas diperkuat dengan data Pendistribusian ISR Balmon Surabaya pada tahun 2015, 2016, dan 2017 pada Tabel 1.2. Rekap Pendistribusian ISR yang diambil dari Laporan Tahunan Balmon Surabaya tahun 2015, 2016, dan 2017 di bawah ini.

Tabel 1.2 Rekap Pendistribusian ISR Tahun 2015, 2016 dan 2017

No	Jenis data	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017
1	Jumlah ISR tercetak	8.406	9.369	12.579
2	Jumlah ISR terdistribusi	6.447	8.772	11.473
3	Jumlah ISR tidak terdistribusi	1.959	597	1.106

Sumber: Balai Monitor Surabaya

Dari Tabel 1.2 dapat diketahui masih ada ISR yang tidak terdistribusi, pada tahun 2015 ada 1.959 (seribu sembilan ratus lima puluh sembilan) ISR, tahun 2016 ada 597 (lima ratus sembilan puluh tujuh) ISR, dan tahun 2017 ada 1.106 (seribu seratus enam) ISR. Dengan tidak terdistribusinya ISR pada pengguna, maka pengguna akan menemui bermacam masalah, diantaranya:

1. Pengguna tidak mengetahui parameter teknis dan administrasi penggunaan frekuensinya;
2. Pengguna tidak memiliki legalitas yang bisa dijadikan dasar dalam operasional penggunaan frekuensi;
3. Pengguna berpotensi menjadi pengganggu bagi pengguna frekuensi lainnya;
4. Pengguna berpotensi mendapatkan sanksi administratif.

Merujuk pada UU 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik maka kepuasan pelanggan saat ini sangat penting karena mewajibkan setiap penyelenggara negara untuk menyusun dan menetapkan standar pelayanan agar ada kepastian hukum dalam hubungan antara masyarakat dan penyelenggara dalam pelayanan publik. Konsekuensi terjadinya pelanggaran terhadap undang-undang itu adalah ancaman pelanggaran Hukuman Disiplin Jenis Berat dengan sanksi pemberhentian dengan hormat tidak atas permintaan sendiri (pasal 54 butir 8 PP 53 tahun 2010 tentang Disiplin Pegawai).

Memperhatikan masalah masih adanya ketidakpuasan pengguna, Balmon Surabaya akan menyusun respon teknis dalam rangka Peningkatan Kualitas

Pelayanan Publik Balai Monitor Spektrum Frekuensi Radio Kelas I Surabaya. Penelitian ini bermaksud untuk membantu Balmon Surabaya dalam menyusun respon teknis utama yang dilakukan dengan men-Survei kepuasan pelanggan terhadap pengguna frekuensi *non-big user* di Kediri, Malang dan Surabaya. Pengguna *non-big user* adalah pengguna frekuensi non seluler yang mendaftarkan perijinan tanpa Sistem M2M (*Machine to Machine*). Survei dilakukan pada pengguna non-big user dengan pertimbangan:

1. Pengguna *non-big user* mendapatkan 3 (tiga) jenis layanan Balmon Surabaya .
2. Secara kelembagaan jumlah pengguna frekuensi non *big-user* lebih banyak jika dibandingkan dengan penyelenggara seluler
3. Diharapkan dengan banyaknya pengguna frekuensi bisa membantu Balmon Surabaya dalam mensosialisasikan penggunaan frekuensi melalui *Word of Mouth* (WOM) di Kota Surabaya, Malang dan Kediri karena berbagai macam pengguna sudah ada, merupakan Ibukota Propinsi, kota pendidikan dan wisata, dan kota industri.

Survei kepuasan pelanggan Balmon Surabaya akan dilakukan dengan metode *Servqual* karena metode ini merupakan pemilihan skala yang ringkas namun memiliki tingkat dan kebenaran yang cukup tinggi yang dapat digunakan organisasi agar lebih mengerti bagaimana persepsi konsumen dan harapan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan organisasi (Wijaya, 2011). Dari hasil survei akan diketahui dimensi yang kurang pada layanan Balmon Surabaya kepada pelanggan. Variabel-variabel yang kurang akan dianalisa lanjut dengan *Important Performance Analysis* (IPA) agar lebih mem-fokus-kan langkah perbaikan pada variabel-variabel yang penting dan berkinerja rendah untuk dilakukan. Setelah mengetahui variabel yang terletak pada kuadran I, maka variabel yang kurang ini akan diperbaiki dengan menggunakan metode *House of Quality* (HoQ). HoQ adalah metode perbaikan kualitas yang mampu untuk menjelaskan, merencanakan, dan memproduksi jasa-jasa yang ditawarkan dan dengan demikian bisa memantau kualitas aktivitasnya dalam memproduksi jasa (Akao, 1988).

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, rumusan masalah yang ingin dibahas adalah:

1. Apa saja variabel layanan Balmon Surabaya ?
2. Apa saja variabel prioritas layanan Balmon Surabaya ?
3. Apa saja Respon Teknis dalam meningkatkan kualitas layanan?
4. Apa saja respon teknis utama yang diperlukan dalam meningkatkan kualitas layanan Balmon Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi variabel layanan Balmon Surabaya.
2. Menetapkan prioritas variabel pelayanan.
3. Menentukan respon teknis yang sesuai dengan hasil analisa pelayanan yang ditetapkan dengan Metode *House of Quality* (HOQ).
4. Menentukan respon teknis utama layanan Balmon Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian bisa dimanfaatkan untuk:

1. Mempersempit *gap* antara harapan dan penerimaan kualitas layanan pelanggan Balai Monitor Klas I Surabaya.
2. Memberikan *feedback* bagi Balai Monitor Klas I Surabaya dalam memberikan layanan bagi masyarakat, terutama bagi pengguna frekuensi di Jawa Timur.
3. Meningkatkan kualitas layanan pada masyarakat.
4. Memberikan kontribusi Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) yang lebih besar pada negara.
5. Meningkatkan kenyamanan penggunaan frekuensi bagi masyarakat umum, dan kejelasan proteksi bagi pengguna frekuensi.
6. Mencegah terjadinya pelanggaran terhadap peraturan tentang Pelayanan Publik.
7. Menghindarkan pengenaan sanksi atas terjadinya pelanggaran terkait

Pelayanan Publik.

8. Mencegah terjadinya pelanggaran pelayanan yang bisa menjadi dasar pengenaan sanksi disiplin.

1.5 Batasan dan Asumsi Penelitian

Memperhatikan obyek pengawasan Balmon Surabaya yang banyak dan wilayah kerja yang luas, maka batasan masalah penelitian adalah:

1. Penelitian dilaksanakan di Balai Monitor Surabaya.
2. Pelayanan yang menjadi objek penelitian adalah Pelayanan Pendistribusian Ijin Stasiun Radio (ISR), Pelayanan Pendistribusian Surat Pemberitahuan Pembayaran (SPP), dan Pelayanan Pengaduan Gangguan Frekuensi.
3. Obyek survei adalah pengguna frekuensi *non-big user* di Kota Surabaya, Malang, dan Kediri.
4. Data pengguna diambil dari data SIMS yang didownload pada Bulan Desember 2018.
5. Penelitian menggunakan metode *Service Quality (Servqual)*, *Important Performance Analysis (IPA)*, dan *Quality Function Development(QFD)*.

Dengan asumsi penelitian adalah:

1. Tidak ada perubahan peraturan-peraturan berkaitan dengan tugas pokok dan fungsi Balmon Surabaya Surabaya.
2. Tidak ada penambahan Unit Pelaksana Teknis Bidang Monitor Spektrum Frekuensi Radio di Jawa Timur.
3. Tidak ada perubahan penugasan sumber daya manusia.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Uraian singkat berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Uraian singkat berisi teori, konsep, dan penelitian-penelitian

sebelumnya terkait dengan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Uraian kerangka pikiran, lokasi, waktu, jenis data, pengumpulan data, pengolahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV PENGOLAHAN DAN ANALISA DATA

Uraian tentang pengolahan data dan menampilkan hasil pengolahan sehingga memberikan manfaat sesuai tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN

Uraian kesimpulan dan saran perbaikan bagi organisasi.

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kementerian Komunikasi dan Informatika

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) dibentuk berdasarkan Peraturan Presiden No. 25 tahun 2015 tentang Kementerian Komunikasi dan Informatika. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) merupakan salah satu lembaga kementerian dalam Pemerintah Indonesia yang bertugas menyelenggarakan urusan pemerintahan di Bidang Komunikasi dan Informatika untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Dalam menyelenggarakan tugas pokok tersebut, Kemenkominfo menjalankan fungsi:

1. Perumusan dan penetapan kebijakan di bidang pengelolaan sumber daya dan perangkat pos dan informatika, penyelenggaraan pos dan informatika, penatakelolaan aplikasi informatika, pengelolaan informasi dan komunikasi publik;
2. Pelaksanaan kebijakan di bidang pengelolaan sumber daya dan perangkat pos dan informatika, penyelenggaraan pos dan informatika, penatakelolaan aplikasi informatika, pengelolaan informasi dan komunikasi publik;
3. Pelaksanaan bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan pengelolaan sumber daya dan perangkat pos dan informatika, penyelenggaraan pos dan informatika, penatakelolaan aplikasi informatika, pengelolaan informasi dan komunikasi publik;
4. Pelaksanaan penelitian dan pengembangan sumber daya manusia di bidang komunikasi dan informatika;
5. Pelaksanaan dukungan yang bersifat substantif kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika;
6. Pembinaan dan pemberian dukungan administrasi di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika;
7. Pengelolaan barang milik atau kekayaan negara yang menjadi tanggung jawab Kementerian Komunikasi dan Informatika;

8. Pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Susunan organisasi Kementerian Komunikasi dan Informatika terdiri atas:

1. Sekretariat Jenderal;
2. Direktorat Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika;
3. Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika;
4. Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika;
5. Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik;
6. Inspektorat Jenderal;
7. Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia;
8. Staf Ahli Bidang Hukum;
9. Staf Ahli Bidang Sosial, Ekonomi, dan Budaya;
10. Staf Ahli Bidang Komunikasi dan Media Massa; dan
11. Staf Ahli Bidang Teknologi.

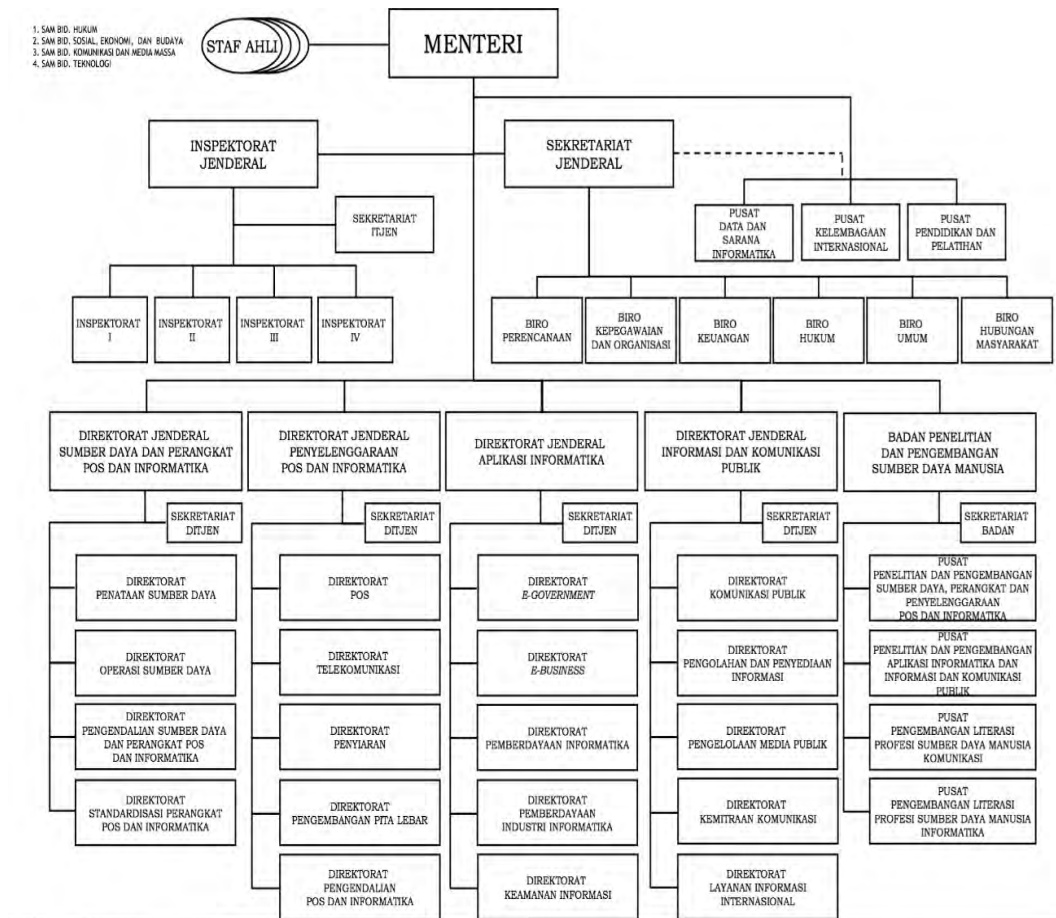
Dalam hubungannya dengan pengelolaan spektrum frekuensi radio, termasuk didalamnya adalah pengawasan dan pengendalian penggunaan spektrum frekuensi radio, satuan kerja dalam Kemenkominfo yang memiliki tugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pengelolaan spektrum frekuensi radio dan orbit satelit serta standarissai perangkat pos dan informatika adalah Direktorat Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika (Ditjen SDPPI). Dalam menjalankan tugas pokok tersebut, Ditjen SDPPI menyelenggarakan fungsi:

1. Perumusan kebijakan di bidang penataan, perizinan, monitoring dan evaluasi serta penegakan hukum penggunaan spektrum frekuensi radio dan orbit satelit serta standarisasi perangkat pos dan informatika;
2. Pelaksanaan kebijakan di bidang penataan, perizinan, monitoring dan evaluasi serta penegakan hukum penggunaan spektrum frekuensi radio dan orbit satelit serta standardisasi perangkat pos dan informatika;
3. Penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang pengawasan standardisasi perangkat telekomunikasi;
4. Pelaksanaan pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang pengawasan

standardisasi perangkat telekomunikasi;

5. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang penataan, perizinan, monitoring dan evaluasi serta penegakan hukum penggunaan spektrum frekuensi radio dan orbit satelit serta standardisasi perangkat pos dan informatika;
6. Pelaksanaan administrasi Direktorat Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika; dan
7. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh menteri.

Posisi Direktorat Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika dalam Struktur Organisasi Kementerian Komunikasi dan Informatika dapat dilihat pada Gambar 2.1.

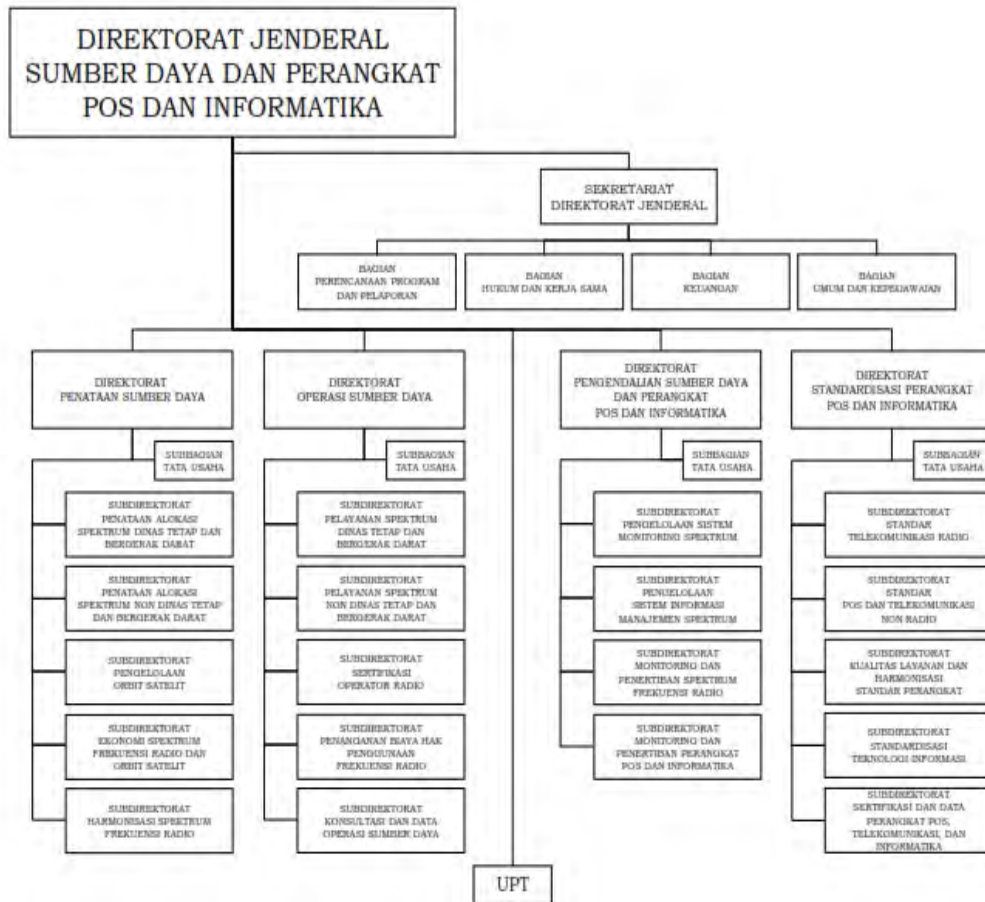


Gambar 2.1 Struktur organisasi Kementerian Komunikasi dan Informatika (Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No.1 Tahun 2016)

Untuk keperluan pelaksanaan tugas teknis operasional dan atau tugas teknis penunjang di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika dapat dibentuk Unit Pelaksana Teknis (UPT) yang dipimpin oleh Kepala. UPT tersebut ditetapkan Menteri setelah mendapat persetujuan dari menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang aparatur negara.

Merujuk pada PP diatas dan untuk keperluan pelaksanaan tugas teknis operasional serta dalam rangka optimalisasi pelayanan di bidang spektrum frekuensi radio di wilayah perbatasan dan daerah perkembangan wilayah, Kemenkominfo menyusun Peraturan Menteri No.1 tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika. Dalam peraturan menteri tersebut dibentuk Unit Pelaksana Teknis (UPT) dibawah Direktorat Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika.

Untuk merealisasikan tujuan optimalisasi dimaksud, disusunlah Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 15 tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Bidang Monitor Spektrum Frekuensi Radio. Unit Pelaksana Teknis (UPT) Bidang Monitor merupakan Unit Pelaksana Teknis di lingkungan Direktorat Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika (Ditjen SDPPI), berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Direktur Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika (Dirjen SDPPI). Unit Pelaksana Teknis dipimpin oleh Kepala. Struktur Organisasi Kementerian Komunikasi dan Informatika dapat dilihat pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2 Struktur organisasi Direktorat Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika. (Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No.1 tahun 2016)

2.2 Unit Pelaksana Teknis (UPT) Bidang Monitor Spektrum Frekuensi Radio

Merujuk pada Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 15 tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Bidang Monitor Spektrum Frekuensi Radio (UPT Monspekfrekrad), UPT Monspekfrekrad mempunyai tugas melaksanakan pengawasan dan pengendalian di bidang penggunaan spektrum frekuensi radio. Dalam melaksanakan tugas pengawasan dan pengendalian itu, UPT Monspekfrekrad menyelenggarakan fungsi:

1. Penyusunan rencana dan program;
2. Pelaksanaan pengamatan, deteksi lokasi sumber pancaran, dan pemantauan spektrum frekuensi radio;

3. Penertiban dan penyidikan pelanggaran terhadap penggunaan spektrum frekuensi radio dan standard perangkat pos dan informatika;
4. Pelaksanaan pengukuran dan validasi data penggunaan spektrum frekuensi radio;
5. Penyampaian Izin Stasiun Radio dan Surat Pemberitahuan Pembayaran Biaya Hak Pengguna Frekuensi serta pendampingan penyelesaian piutang Biaya Hak Pengguna Frekuensi Radio;
6. Pelayanan pengaduan masyarakat terhadap gangguan spektrum frekuensi radio;
7. Pelaksanaan Ujian Amatir Radio; dan
8. Pelaksanaan urusan keuangan, kepegawaian, ketatausahaan, kerumahtanggaan, dan hubungan masyarakat Unit Pelaksana Teknis Bidang Monitor Spektrum Frekuensi Radio.

UPT Monspekfrekrad diklasifikasikan menjadi 3(tiga) kelas, yaitu:

1. Balai Monitor Spektrum Frekuensi Radio Kelas I;
2. Balai Monitor Spektrum Frekuensi Radio Kelas II; dan
3. Loka Monitor Spektrum Frekuensi Radio.

Pengklasifikasian UPT Bidang Monitor Spektrum Frekuensi Radio didasarkan pada Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 16 Tahun 2009 tentang Kriteria Klasifikasi Unit Pelaksana Teknis di Bidang Monitor Spektrum Frekuensi Radio Menteri Komunikasi dan Informatika. PM tersebut menyebutkan bahwa kriteria klasifikasi UPT ditetapkan berdasarkan kriteria klasifikasi berupa penentuan nilai terhadap seluruh komponen yang berpengaruh pada beban kerja. Kriteria klasifikasi UPT terdiri dari unsur utama atau teknis dan unsur penunjang. Unsur utama terdiri dari komponen:

1. Tingkat kepadatan pengguna frekuensi yang merupakan jumlah dari pengguna frekuensi radio yang memiliki izin pada wilayah kerja Unit Pelaksana Teknis Monitor Spektrum Frekuensi Radio;
2. Perangkat monitoring frekuensi radio yang merupakan seluruh peralatan yang bergerak maupun tetap yang digunakan untuk melakukan monitor penggunaan spektrum frekuensi radio.

3. Operator atau teknisi yang merupakan personil yang mempunyai kualifikasi tertentu yang bertugas melakukan monitoring atas penggunaan spektrum frekuensi radio
4. Kasus pelanggaran frekuensi yang merupakan kasus atas pelanggaran penggunaan frekuensi yang tidak sesuai dengan izin yang diberikan atau penggunaan frekuensi yang dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai izin.
5. Penyidik Pegawai negeri Sipil (PPNS) yang merupakan personil yang memiliki kualifikasi sebagai penyidik terhadap pelanggaran penggunaan spektrum frekuensi radio.

Sedangkan unsur penunjang terdiri dari komponen:

1. Jumlah pendapatan negara bukan pajak yang merupakan seluruh pendapatan negara bukan pajak dalam satu tahun yang berasal dari penggunaan spektrum frekuensi radio di wilayah kerja Unit Pelaksana Teknis.
2. Luas tanah yang merupakan jumlah keseluruhan luas tanah yang digunakan untuk perangkat monitoring frekuensi radio yang dipergunakan untuk keperluan perkantoran;
3. Luas bangunan yang merupakan jumlah keseluruhan kendaraan operasional yang digunakan untuk kepentingan kelancaran pelaksanaan tugas monitor dan penertiban spektrum frekuensi radio;
4. Jumlah sumber daya manusia selain tenaga operator atau teknisi dan PPNS yang merupakan personil yang melaksanakan tugas di bidang administrasi untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas monitor spektrum frekuensi radio.

Indonesia memiliki sebanyak 35 (tiga puluh lima) unit balai monitor spektrum frekuensi, yang terdiri atas:

1. 13 (tiga belas) balai monitor spektrum frekuensi kelas I;
2. 14 (empat belas) balai monitor spektrum frekuensi kelas II;
3. 8 (delapan) Loka monitor spektrum frekuensi radio.

Balai Monitor Spektrum Frekuensi Radio Kelas I terdiri dari:

1. Subbagian Tata Usaha dan Rumah Tangga (Subag TU-RT)

Tugas Subag TU-RT adalah melakukan perencanaan dan program, urusan

keuangan, kepegawaian, ketatausahaan, kerumahtanggaan, dan hubungan masyarakat.

2. Seksi Pemantauan dan Penertiban (Seksi Pemtib)

Seksi Pemtib mempunyai tugas melakukan pengamatan, deteksi lokasi sumber pancaran, pemantauan, penertiban, penyidikan pelanggaran terhadap penggunaan spektrum frekuensi radio dan standard perangkat pos dan informatika, pengukuran serta validasi data penggunaan spektrum frekuensi radio.

3. Seksi Sarana dan Pelayanan (Seksi Sarpel)

Seksi Sarpel mempunyai tugas melakukan penyampaian Izin Stasiun Radio dan Surat Pemberitahuan Pembayaran Biaya Hak Pengguna Frekuensi, pendampingan penyelesaian piutang Biaya Hak Pengguna Frekuensi Radio, pelayanan pengaduan masyarakat terhadap gangguan spektrum, pelaksanaan, perbaikan, dan pemeliharaan perangkat monitor frekuensi radio, serta pelaksanaan ujian amatir radio.

4. Kelompok Jabatan Fungsional (Kel.Jabfu)

Kel.Jabfu mempunyai tugas melakukan kegiatan sesuai dengan jabatan fungsional masing-masing sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Uraian Struktur Organisasi Balai Monitor Kelas I dapat dilihat pada Gambar 2.3.



Gambar 2.3 Bagan organisasi Balai Monitor Spektrum Frekuensi Radio Kelas I (Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No.15 tahun 2017)

2.3 Balai Monitor Spektrum Frekuensi Radio Kelas I Surabaya (Balmon Surabaya)

Balai Monitor Kelas I Surabaya atau Balmon Surabaya merupakan Unit Pelaksana Teknis (UPT) Bidang Monitor Spektrum Frekuensi Radio Direktorat Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan wilayah kerja Propinsi Jawa Timur dan lokasi Kantor di Surabaya. Dibentuk dengan dasar hukum Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 15 tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Bidang Monitor Spektrum Frekuensi Radio.

2.3.1 Visi

Menjadi Balai Monitor terbaik di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika, dalam hal penyediaan jasa monitoring spektrum frekuensi radio dan penyediaan informasi dengan standar akurasi tinggi.

2.3.2 Misi

1. Menyediakan informasi yang berkaitan dengan jasa layanan monitoring Spektrum Frekuensi Radio secara akurat
2. Proteksi terhadap pengguna frekuensi radio legal di wilayah Jawa Timur

2.3.3 Sasaran

1. Memberikan pelayanan perlindungan penggunaan frekuensi, khususnya pada pemegang hak frekuensi di Jawa Timur.
2. Melaksanakan kegiatan observasi dan monitoring spektrum frekuensi radio yang telah dan akan digunakan.
3. Menyelenggarakan sosialisasi kepada masyarakat dan pemerintah daerah Jawa Timur tentang tertib penggunaan spektrum frekuensi radio sesuai peraturan perundangan dan kebijakan Ditjen SDPPI.
4. Melakukan penertiban penggunaan frekuensi radio secara kontinyu dan merata sehingga dapat meningkatkan kesadaran hukum pengguna frekuensi radio.
5. Menjaga unjuk kerja peralatan monitoring dan pengukuran yang dimiliki melalui pemeliharaan, perbaikan dan kalibrasi perangkat.
6. Menyelenggarakan kegiatan ketatausahaan dan kerumahtanggaan yang dapat memberikan motivasi kerja pegawai.
7. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui penyertaan pendidikan dan latihan maupun memprogramkan kegiatan pelatihan secara mandiri.

2.3.4 Sumber Daya Manusia

Jumlah SDM Balai Monitor Spektrum Frekuensi Radio Kelas I Surabaya sampai akhir tahun 2017 sebanyak 42 orang, dengan komposisi menurut golongan adalah:

1. Jumlah Golongan IV: 3 (tiga) orang
2. Jumlah Golongan III: 27 (dua puluh tujuh) orang
3. Jumlah Golongan II: 12 (dua belas) orang

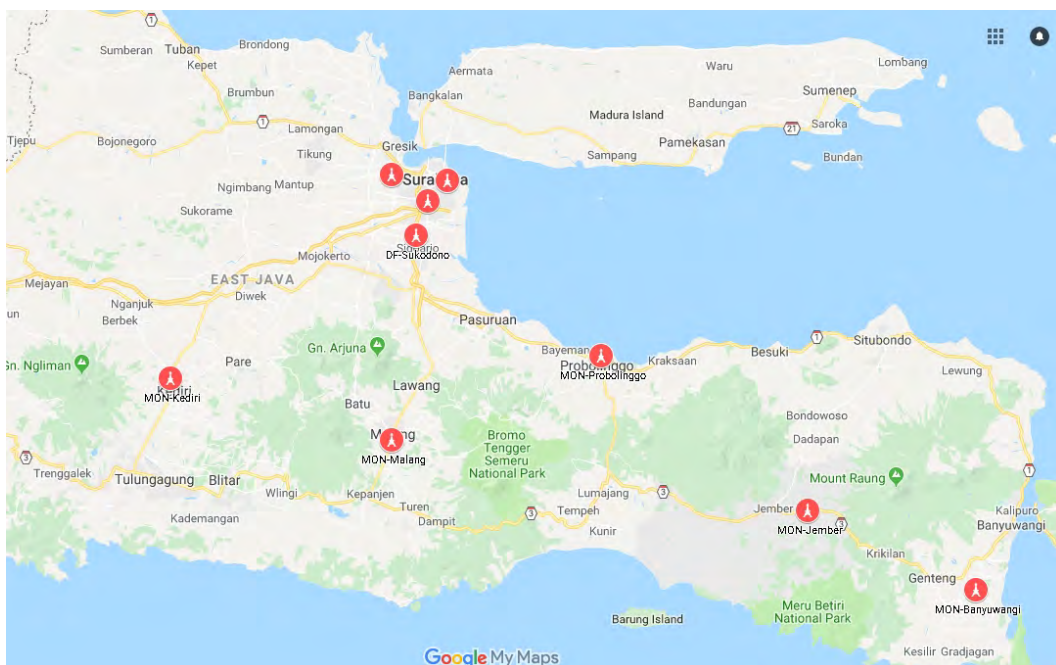
2.3.5 Perangkat Monitor

Balmon Surabaya menggunakan perangkat monitor sebagai alat untuk melakukan *monitoring*, observasi, pendeteksi arah pancaran, maupun pengukuran. Beberapa referensi menyebutkan perangkat monitor adalah sebagai berikut:

1. SISLASDA SFR adalah sistem *monitoring* frekuensi radio yang terintegrasi

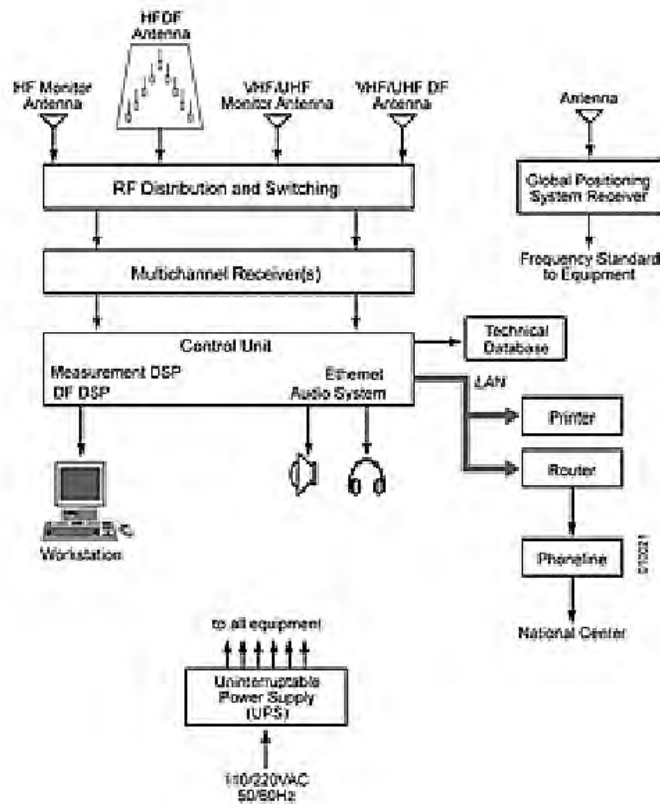
secara fungsional dengan sistem informasi manajemen frekuensi melalui Pusat Monitor Nasional di Direktorat Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika (PM Kominfo 18/2011 tentang SISLADA).

2. Sistem Monitoring Frekuensi Radio yang selanjutnya disingkat SMFR adalah sekumpulan perangkat monitor dan atau radio pencari arah (*direction finder*). (PM Kominfo 18/2011 tentang SISLADA). Gambar lokasi SMFR dan *transportable system* Balai Monitor Surabaya dapat dilihat pada Gambar 2.4.



Gambar 2.4 Lokasi SMFR dan *transportable system* Balai Monitor Surabaya. (Balai Monitor Surabaya)

3. Sebuah stasiun monitor sederhana terdiri dari *receiver* dan antena yang bekerja pada frekuensi yang diawasi, tetapi sistem monitor yang modern terdiri dari sistem monitor yang secara hirarki terdiri dari sistem monitor nasional, regional, remote dan stasiun bergerak yang terintegrasi secara *real-time*, yang didalamnya mampu untuk pengukuran dasar frekuensi, *field strength*, *signal analysis* dan *direction finding*, serta mampu dioperasikan secara remote dari *single console* (ITU Handbook, 2011). Blok diagram sistem monitor terintegrasi bisa dilihat pada Gambar 2.5.



Gambar 2.5 Blok diagram stasiun monitor terintegrasi dan modern (ITU Handbook, 2011)

Memperhatikan beberapa referensi tersebut di atas dan perkembangan kebutuhan perangkat yang ada, maka Balmon Surabaya membagi perangkat monitor yang ada dalam beberapa item yang diuraikan dalam Tabel 2.1.

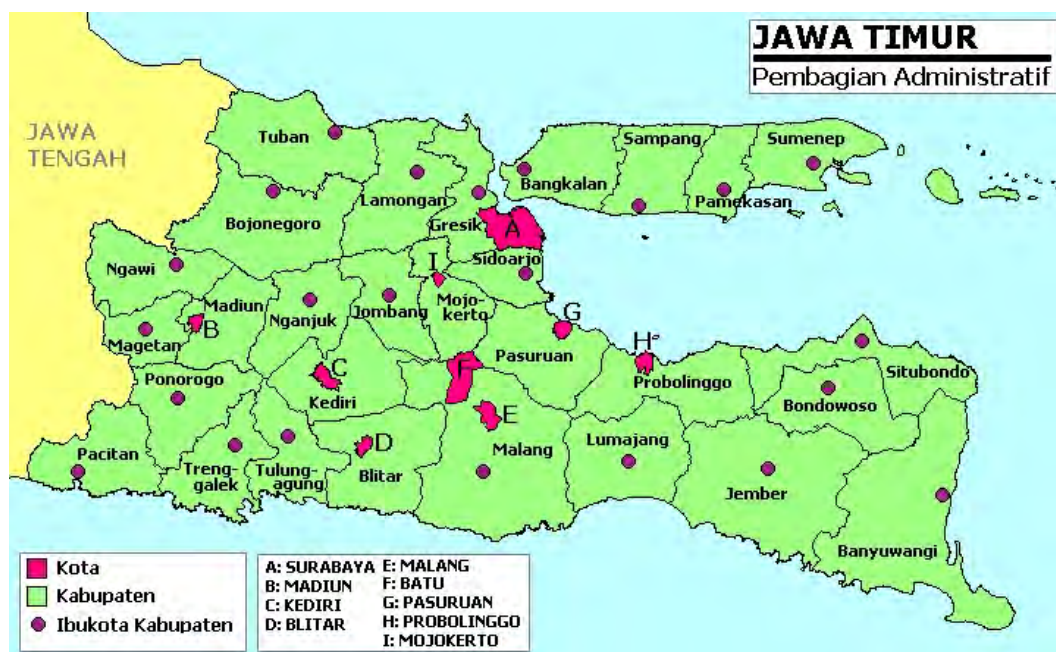
Tabel 2.1 Rekapitulasi Alat atau Perangkat Monitor Balai Monitor Surabaya

No	Perangkat	Jumlah
1	<i>Receiver/Spectrum Analyser</i>	17
2	Antena	15
3	<i>Direction Finder</i>	3
4	Pengolah sinyal	10
5	Fixed SMFR	7
6	Mobile SMFR	4
7	<i>Transportable system</i>	2

Sumber: Balai Monitor Surabaya

2.3.6 Wilayah Kerja

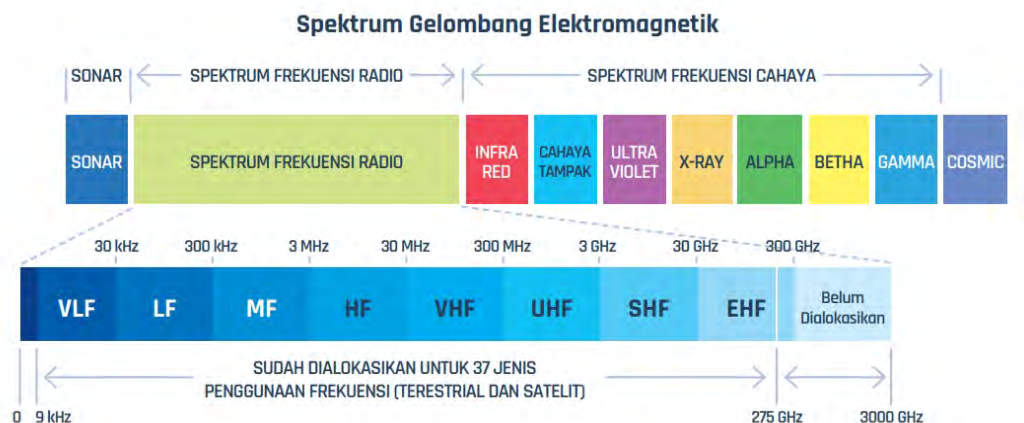
Wilayah kerja Balmon Surabaya adalah Propinsi Jawa Timur, terdiri dari 38 (tiga puluh delapan) tingkat II dengan 29 (dua puluh sembilan) kabupaten dan 9(sembilan) kota, secara geografis terletak diantara 111⁰ Bujur Timur- 114⁰ Bujur Timur dan 7⁰ 12' Lintang Selatan - 8⁰ 4' 8'' Lintang Selatan, luas wilayah 47.963Km² yang meliputi 2 (dua) bagian utama, yaitu Jawa Timur daratan dan Kepulauan Madura. Peta Provinsi Jawa Timur dapat dilihat pada Gambar 2.6. Peta Wilayah Jawa Timur



Gambar 2.6 Peta wilayah Jawa Timur
(www.jatimprov.go.id)

2.4 Spektrum Frekuensi Radio

Spektrum gelombang elektromagnetik terdiri dari beberapa spektrum, yaitu sonar, spektrum frekuensi radio, dan spektrum frekuensi cahaya. Gambar Spektrum Gelombang Elektromagnetik dapat dilihat pada Gambar 2.7.



Gambar 2.7 Spektrum Gelombang Elektromagnetik Berdasarkan Band Frekuensi (Data Statistik Ditjen SDPPI tahun 2016)

Dapat dilihat pada spektrum gelombang elektromagnetik, spektrum frekuensi radio merupakan bagian dari spektrum gelombang dan merupakan kumpulan pita frekuensi radio (Wahid, 2000).

ITU (*International Telecommunication Union*), badan PBB yang membidangi telekomunikasi, telah membagi spektrum frekuensi radio dalam 9 (sembilan) rentang pita frekuensi radio seperti pada Tabel 2.2.

Tabel 2.2 Tabel Frekuensi Radio dan Panjang Gelombang

Nomor Pita	Simbol	Rentang Frekuensi Radio (batas bawah tidak termasuk, batas atas termasuk)	Pembagian Panjang Gelombang yang Bersesuaian
1	VLF	3 s/d 30 kHz	Gelombang Miriametrik
2	LF	30 s/d 300 kHz	Gelombang Kilometrik
3	MF	300 s/d 3000 kHz	Gelombang Hektometrik
4	HF	3 s/d 30 MHz	Gelombang Dekametrik
5	VHF	30 s/d 300 MHz	Gelombang Metrik
6	UHF	300 s/d 3000 MHz	Gelombang Desimetrik
7	SHF	3 s/d 30 GHz	Gelombang Sentimetrik
8	EHF	30 s/d 300 GHz	Gelombang Milimetrik
9		300 s/d 3000 GHz	Gelombang Desimilimetrik

Sumber: Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No.13 Tahun 2018

Spektrum frekuensi di Indonesia sudah dialokasikan untuk 37 (tiga puluh tujuh) jenis penggunaan frekuensi (terrestrial dan satelit).

2.5 Pelayanan

Kata pelayanan adalah salah satu kata yang tidak asing bagi kita. Pelayanan adalah produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan (Ivancevich dkk, 2000). Sedangkan menurut Gronroos, Pelayanan adalah aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jasa didefinisikan sebagai aktivitas, kemudahan, manfaat, dan sebagainya yang dapat dijual kepada orang lain (konsumen) yang menggunakan atau menikmatinya. Sedangkan jasa menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan atau unjuk kerja suatu pihak pada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak menyebabkan adanya pergantian kepemilikan. Produk yang ditransaksikan ini bisa terkait dan bisa tidak terkait dengan produk fisik (Kotler, 2006).
2. Aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen *intangibel* yang berkaitan dengannya, yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan kondisi bisa saja muncul dan produksi suatu jasa bisa saja memiliki atau bisa saja tidak mempunyai kaitan dengan produk fisik (Payne, dikutip dalam Muktiningrum 2006).

Karakteristik jasa yang membedakan dengan produk fisik menurut Kotler (2006) adalah sebagai berikut:

1. *Intangible* (tidak berwujud)

Jasa tidak bisa dilihat, diraba, dirasa, disentuh, didengar, atau dibau dengan panca indera. Untuk mengurangi ketidakpastian kualitas jasa, pelanggan akan mencari bukti kualitas. Pelanggan akan mencari kesimpulan kualitas jasa melalui tempat, orang, sarana-prasarana, bahan komunikasi, simbol-simbol, atau harga yang bisa dilihatnya.

2. *Interpasibility* (produksi dan konsumsi simultan)

Produk jasa merupakan produk yang proses produksi dan konsumsinya tidak terpisahkan. Tidak seperti produk barang, yang secara bertahap diproduksi, dijual, dan kemudian dikonsumsi, produk jasa dijual-diproduksi-dan dikonsumsi secara simultan.

3. *Variability* (bervariasi)

Produk jasa sangat bervariasi. Tingkat variasi produk jasa bisa berbeda-beda, bisa menurut waktu, berbeda antara pegawai di *customer service*, bisa antar customer. Dalam hubungannya dengan variasi pelayanan ini, organisasi bisa mengontrol pelayanan ini dengan membuat suatu standar pelayanan, setelah itu mengontrol implementasi standar, dan kemudian mengevaluasinya.

4. *Pershability* (mudah habis)

Maksud dari *perishable* ini adalah produk jasa tidak bisa disimpan.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan bisa diartikan sebagai produk tidak berbentuk dari suatu organisasi atau bisa juga disebut sebagai jasa.

2.6 Kualitas Pelayanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kualitas didefinisikan sebagai:

1. Tingkat baik-buruknya sesuatu; kadar.
2. Derajat atau taraf; mutu.

Jadi, kualitas merupakan suatu ukuran terhadap hal yang diukur, bisa berupa benda atau bukan. Tujuan utama dari setiap organisasi adalah memberikan pelayanan terbaik pada pelanggan agar pelanggan merasa puas. Meskipun pelayanan bukan merupakan benda kasat mata yang bisa diukur secara langsung seperti halnya produk, tetapi kualitas pelayanan organisasi dapat diukur dengan membandingkan antara pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dengan pelayanan yang dirasakan pelanggan (*perceived service*). Ada beberapa teori yang membahas masalah kualitas pelayanan, yaitu:

1. Kotler

“a person’s feeling of pleasure or dissapointment resulting from compairing a product’s received performance (or outcome) in

relations to the person's expectation"

Maksud dari kalimat tersebut adalah senang atau kecewanya seseorang setelah orang tersebut menerima produk yang diinginkannya, perasaan senang atau kecewa itu dirasakan setelah dia membandingkan antara harapan terhadap produk yang diinginkannya (*expected service*) dengan kenyataan produk setelah dia terima (*perceived service*).

2. Schiffman & Wisenbilt

"the most widely accepted framework for researching service quality stems from the premise that a consumer's evaluation of service quality is a function of the magnitude and direction of the gap between the customer's expectations of service and the customer's assessment (perception) of the service actually delivered"

Maksud dari kalimat tersebut adalah framework penelitian terhadap kualitas pelayanan yang bisa diterima yang berpatokan pada evaluasi kualitas pelayanan konsumen adalah fungsi besaran dan arah dari "gap" antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap pelayanan.

Dari uraian kedua pakar tersebut, ada 2 (dua) faktor yang menjadi parameter dalam mengukur kualitas layanan, yaitu *expected service* (E) dan *perceived service* (P). Dengan demikian kualitas pelayanan suatu organisasi merupakan ukuran kepuasan pelanggan terhadap pelayanan organisasi yang bisa diketahui dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum mendapatkan produk dan perasaan pelanggan setelah mendapatkan produk.

2.7 Pelayanan Publik

Salah satu agenda reformasi Indonesia adalah pelaksanaan pemerintahan yang baik (*Good Governance*), dan agenda itu menjadi salah satu parameter penilaian tingkat kemajuan penyelenggaraan pemerintahan. Guna menuju pemerintahan yang baik, pemerintah telah menerbitkan UU No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik. Undang-undang tersebut mewajibkan setiap penyelenggara untuk menyusun dan menetapkan standar layanan. Dengan adanya kewajiban ini, maka akan ada sanksi pada penyelenggara yang tidak melaksanakan. Sanksi tersebut sesuai dengan PP 53 Tahun 2010 tentang Disiplin

Pegawai Negeri Sipil yaitu pelanggaran Hukuman Disiplin Jenis Berat dengan sanksi pemberhentian dengan hormat tidak atas permintaan sendiri.

Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik (UU 25 tahun 2009). Penyelenggara publik adalah setiap institusi penyelenggara negara, korporasi, lembaga independen yang dibentuk berdasarkan undang-undang untuk kegiatan publik, dan badan hukum lain yang semata mata untuk pelayanan publik (UU 25 tahun 2009). Sedangkan publik adalah sekelompok orang dengan kepentingan yang sama dan memiliki pendapat terhadap isu yang menimbulkan pertentangan atau kontroversial (Moore, 1981). Pelayanan Publik instansi pemerintah merupakan suatu bentuk jasa (*service*), hal ini sesuai dengan 12 (dua belas) klasifikasi jasa oleh WTO (*World Trade Organisation*) (Tjiptono, 2016). Dari pendapat beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik instansi pemerintah merupakan suatu bentuk jasa yang diberikan oleh penyelenggara layanan publik kepada masyarakat yang memiliki kepentingan tertentu.

Sebagai penyelenggara pelayanan publik, Balmon Surabaya bertugas mengawasi dan mengendalikan penggunaan spektrum frekuensi radio di Jawa Timur. Beberapa layanan Balmon Surabaya pada masyarakat dijelaskan dalam beberapa subbab berikut.

2.7.1 Penyampaian Ijin Stasiun Radio (ISR) pengguna frekuensi

Ijin Stasiun Radio (ISR) adalah salah satu jenis ijin penggunaan spektrum frekuensi radio. Jenis ijin penggunaan spektrum frekuensi radio ada 3 (tiga), yaitu:

1. Ijin Pita Frekuensi Radio (IPFR)

IPFR adalah izin penggunaan spektrum frekuensi radio dalam bentuk pita spektrum frekuensi radio berdasarkan persyaratan tertentu, seperti IPFR untuk keperluan jaringan telekomunikasi seluler dan *wireless broadband*.

2. Ijin Stasiun Radio (ISR)

ISR adalah Ijin penggunaan spektrum frekuensi radio pada kanal frekuensi berdasarkan persyaratan tertentu.

3. Izin Kelas

Izin Kelas adalah hak yang diberikan pada orang perseorangan dan atau badan hukum untuk dapat mengoperasikan perangkat telekomunikasi yang menggunakan spektrum frekuensi radio dengan syarat wajib memenuhi persyaratan teknis.

Layanan penyampaian ISR pada pengguna dilaksanakan Balmon Surabaya dengan tujuan untuk menjaga tertib penggunaan frekuensi. Selain sebagai legalitas dalam penggunaan frekuensi, ISR bermanfaat pula sebagai standar dalam menggunakan frekuensi. Prosedur layanan pendistribusian ISR oleh Balmon Surabaya seperti pada Gambar 2.8.



Gambar 2.8 Prosedur pendistribusian ISR (Balmon Surabaya)

Pencetakan ISR dilakukan oleh Ditjen SDPPI, dikirim ke Balmon Surabaya, dan didistribusikan oleh Balmon Surabaya pada pengguna. Setelah Balmon Surabaya menerima ISR, Balmon Surabaya membuat surat pemberitahuan pada pengguna untuk memberitahukan bahwa ISR sudah bisa diambil di Locket Pelayanan Balmon Surabaya Surabaya.

2.7.2 Penyampaian Surat Pemberitahuan Pembayaran (SPP) Biaya Hak Penggunaan Frekuensi (BHP Frek)

Salah satu kewajiban pemegang ijin penggunaan frekuensi adalah melakukan pembayaran Biaya Hak Penggunaan (BHP) Frekuensi. Besaran BHP Frekuensi tercantum dalam Surat Pemberitahuan Pembayaran (SPP). Surat Pemberitahuan Pembayaran (SPP) Biaya Hak Penggunaan Frekuensi (BHP Frekuensi) merupakan alat bukti penagihan Biaya Hak Penggunaan Spektrum

Frekuensi Radio yang diterbitkan oleh Direktorat Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika. BHP penggunaan spektrum frekuensi radio ada 2 (dua) macam, yaitu untuk BHP ISR dan BHP IPFR.

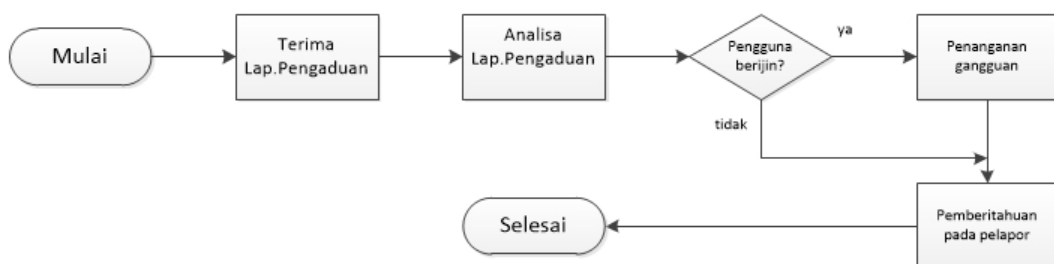
Prosedur layanan penyampaian SPP pada pemegang ijin adalah seperti pada Gambar 2.9. Setelah SPP dicetak, Balmon Surabaya membuat surat Pemberitahuan pada pengguna bahwa SPP telah dicetak dan bisa diambil di Loket Pelayanan Balmon Surabaya.



Gambar 2.9 Prosedur Pendistribusian SPP (Balmon Surabaya)

2.7.3 Layanan Pengaduan Gangguan Spektrum Frekuensi

Layanan lain Balmon Surabaya adalah Layanan Pengaduan Gangguan Frekuensi. Pengaduan gangguan dilakukan oleh masyarakat atau pengguna frekuensi. Pengaduan oleh pengguna frekuensi terbanyak disebabkan oleh adanya interferensi. Pengaduan dilaporkan oleh pelapor pada Balmon Surabaya dan Balmon Surabaya yang akan melakukan penanganan gangguan tersebut. Prosedur pelayanan gangguan adalah seperti pada Gambar 2.10.



Gambar 2.10 Prosedur Pelayanan Penanganan Gangguan (Balmon Surabaya)

2.8 Service Quality (ServQual)

Saat ini pelanggan sangat menentukan berlangsungnya organisasi. Kepuasan pelanggan tidak hanya dilihat dari produk yang diterima, tetapi layanan pemberian produk pun menjadi penilaian. Telah diuraikan diatas bahwa kualitas

pelayanan organisasi dapat diukur dengan memperhatikan harapan pelanggan (*expected service*) dan persepsi pelanggan (*perceived service*). Salah satu metode pengukuran kualitas pelayanan yang banyak digunakan adalah *Service Quality* (Servqual), metode ini dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry pada tahun 80-an. *Service Quality* adalah hasil penilaian yang merupakan perbandingan antara pelayanan yang diharapkan sebelum merasakannya dan pelayanan yang dirasakan setelah merasakannya (Tan dkk, 2001). Dalam metode ini, jika harapan pelanggan lebih besar daripada kinerja penyedia, dalam arti penerimaan atau persepsi pelanggan jauh dari yang diharapkannya, maka ketidakpuasan pelanggan terjadi (Parasuraman dkk, 1990). Untuk membentuk pengembangan yang unggul, ada 3 (tiga) area yang bisa diidentifikasi untuk memperbaiki SERVQUAL lebih lanjut. Ketiga area itu adalah (Tan dkk, 2001):

1. SERVQUAL mengasumsikan hubungan linear antara kepuasan pelanggan dan kinerja variabel layanan. Pengaruhnya adalah kepuasan pelanggan yang rendah menghasilkan performansi variabel yang rendah, dan hal ini yang menjadi focus perbaikan. Hal ini tidak sepenuhnya benar karena pada kenyataannya kepuasan pelanggan bisa dicapai hanya dengan melakukan perbaikan kecil layanan. Sebagai contoh, tingkah laku sales yang sopan dalam suatu departmen store masih kurang memuaskan jika dibanding dengan adanya bonus produk meskipun hanya 10% dari produk. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian secara linear oleh SERVQUAL linear belum tentu sesuai untuk kasus-kasus tertentu.
2. SERVQUAL sebagai alat untuk perbaikan dan inovasi yang berkelanjutan. Hal ini sesuai dengan definisi yang disampaikan Parasuraman dkk (1988) SERVQUAL merupakan skala beberapa-item yang ringkas dengan reliabilitas dan kevalidan yang baik yang dapat digunakan untuk mendapatkan pemahaman lebih baik tentang harapan dan persepsi pelanggan. Awalnya SERVQUAL digunakan sebagai alat perbaikan terus menerus dalam pengembangan layanan, tetapi dengan berkembangnya tingkat kompetisi maka SERVQUAL tidak bisa lagi mampu mengakomodir karena SERVQUAL tidak dirancang untuk elemen inovasi (Tan dkk, 2001).

3. SERVQUAL menunjukkan gap antara harapan dan persepsi pelanggan tetapi SERVQUAL tidak mampu untuk dijadikan metode dalam mendekati gap yang ada. Dengan demikian perlu metode lain yang berkaitan dengan kualitas layanan untuk diintegrasikan dengan SERVQUAL sehingga bisa memperkecil gap.

Metode ini merupakan pemilihan skala yang ringkas namun memiliki tingkat dan kebenaran yang cukup tinggi yang dapat digunakan organisasi agar lebih mengerti bagaimana persepsi pelanggan dan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan organisasi (Wijaya, 2011).

Pada awalnya ada 10 (sepuluh) dimensi yang dibuat oleh Zeithaml dkk dalam menilai kualitas pelayanan (Rangkuti, 2016), yaitu:

1. *Tangible* (nyata atau berwujud)
2. *Reliability* (keandalan)
3. *Responsiveness* (cepat tanggap)
4. *Competence* (kompeten)
5. *Access* (kemudahan)
6. *Courtesy* (keramahan)
7. *Communication* (komunikasi)
8. *Credibility* (kepercayaan)
9. *Security* (keamanan)
10. *Understanding the customer* (pemahaman pelanggan)

Dalam perkembangannya, Parasuraman dkk merasa ada beberapa dimensi yang tumpang tindih sehingga dibuat menjadi 5 (lima) dimensi agar lebih fokus, kelima dimensi itu adalah: *Tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

Penjelasan tiap-tiap dimensi adalah sebagai berikut:

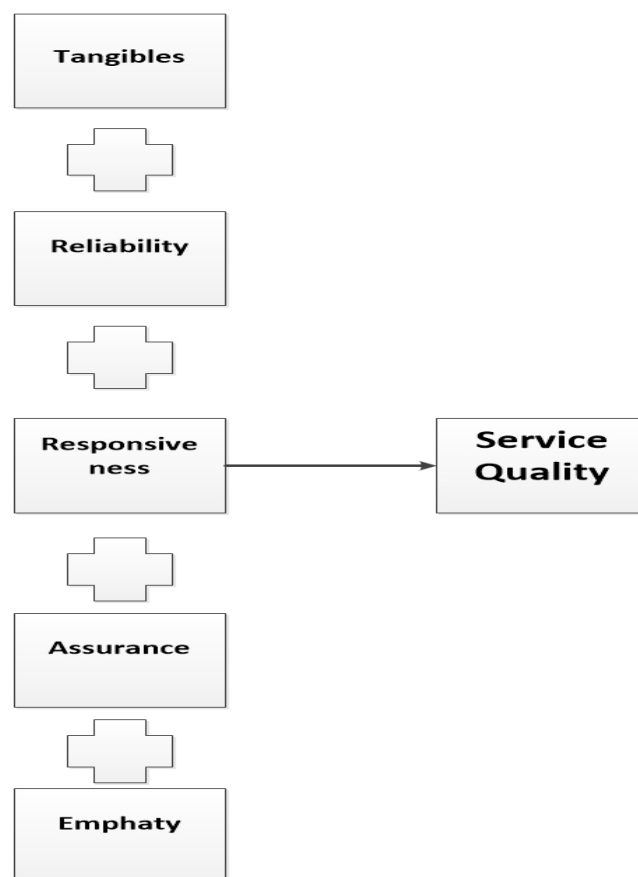
1. *Tangibles* terkait dengan bukti fisik penyedia yang digunakan, misal: bangunan atau gedung, peralatan, fasilitas, penampilan pegawai, dan sarana-prasarana lainnya. Beberapa pertanyaan yang bisa digunakan dalam memperjelas dimensi ini adalah:
 - a. "Apakah alat yang digunakan modern?"
 - b. "Apakah alat yang digunakan sudah tepat?"

- c. “Apakah pegawai sudah berpakaian rapi dan cocok?”
2. *Reliability* terkait dengan kemampuan penyedia dalam memenuhi janji pelayanan yang ditawarkan dengan tingkat keakuratan dan ketepatan yang tinggi. Beberapa pertanyaan yang bisa digunakan dalam memperjelas dimensi ini adalah:
 - a. “Apakah penyedia sudah memberikan layanan seperti yang diminta pelanggan?”
 - b. “Apakah penyedia sudah memberikan layanan seperti yang dijanjikannya?”
 - c. “Pelayanannya sudah benar dan pada waktu yang tepat?”
3. *Responsiveness* berkaitan dengan kemauan atau ketidakmauan organisasi dalam memberikan layanan pada pelanggan dengan cepat. Beberapa pertanyaan yang bisa digunakan dalam memperjelas dimensi ini adalah:
 - a. “Apakah petugas berkenan menjawab pertanyaan-pertanyaan pelanggan?”
 - b. “Apakah petugas bisa menyelesaikan permasalahan-permasalahan pelanggan yang ada dengan tepat?”
 - c. “Seberapa cepat penyedia membalas komplain dan menjawab pertanyaan pelanggan?”
4. *Assurance*, merupakan gabungan dari dimensi *competence*, *credibility*, dan *security*, berkaitan dengan tingkat *knowledge*, kemampuan, dan sopan santun pegawai organisasi yang bisa memberikan keyakinan dan kepercayaan pada pelanggan. Beberapa pertanyaan yang bisa digunakan dalam memperjelas dimensi ini adalah:
 - a. “Apakah pegawai mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan pelanggan?”
 - b. “Apakah pegawai mengetahui permasalahan yang disampaikan pelanggan?”
 - c. “Apakah sikap pegawai menyenangkan?”
 - d. “Apakah pegawai berlagak sibuk atau kasar ketika pelanggan bertanya?”
5. *Empathy* merupakan gabungan dari *access*, *communication* dan *understanding the customer*, berkaitan dengan kepedulian dan perhatian secara individual dari organisasi pada pelanggan. Beberapa pertanyaan yang bisa digunakan dalam

memperjelas dimensi ini adalah (Parasuraman, 1990):

- a. “Bagaimana kemudahan pelanggan dalam mengakses penyedia?”
- b. “Bagaimana kemudahan pelanggan dalam menghubungi penyedia?”
- c. “Penyedia memberikan informasi ketika jadwal pelayanan tidak tersedia?”
- d. “Apakah penyedia memahami status tiap pelanggannya?”

Secara sederhana, susunan atau tingkatan dimensi-dimensi dalam metode *servqual* dapat dilukiskan pada Gambar 2.11 di bawah ini.



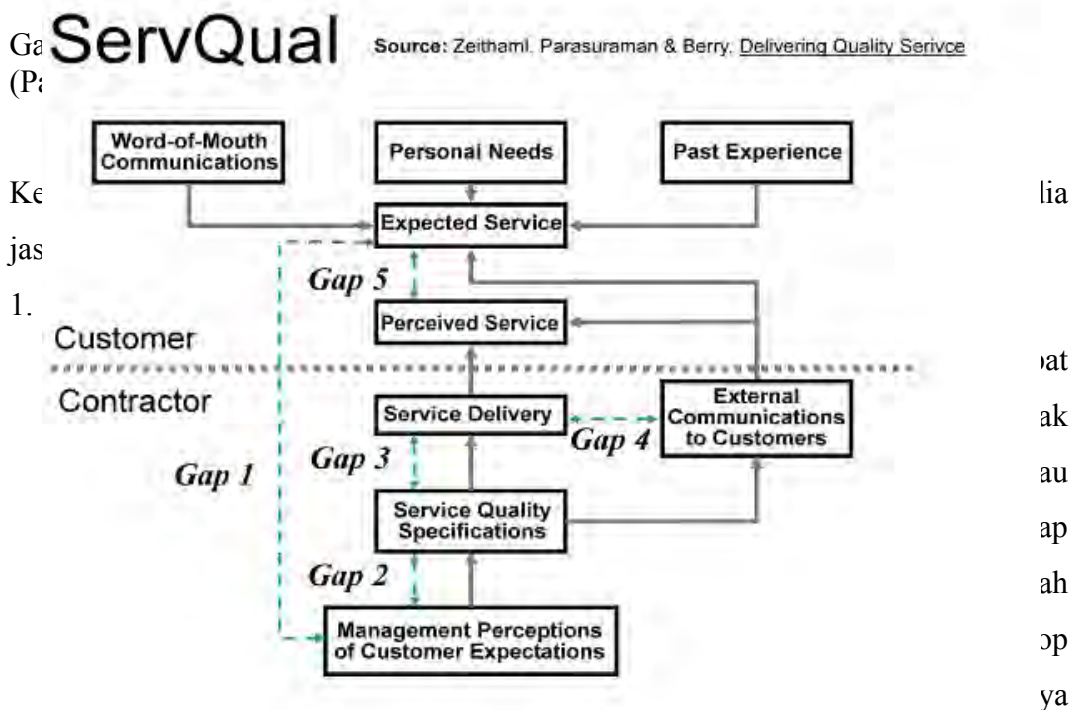
Gambar 2.11 Dimensi metode Servqual

Penghitungan kualitas layanan penyedia jasa (Skor Servqual) dapat dilakukan dengan menghitung GAP (selisih) antara Persepsi dan Harapan pelanggan, dengan rumus berikut (Zeithaml dkk, 1990):

$$\text{SERVQUAL} = \text{Persepsi} - \text{Harapan} \quad (2.1)$$

Dari uraian tersebut dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan berfokus pada

pelanggan. Parasuraman dkk membuat model kesenjangan (Gap) yang terjadi antara harapan dan persepsi pelanggan seperti pada Gambar 2.12.



diharapkan adalah kualitas film yang diputar dan ruang tunggu yang nyaman. Ada 3 (tiga) faktor yang menyebabkan terjadinya kesenjangan ini (Parasuraman, 1990), yaitu:

- a. Hasil penelitian pasar terhadap produk atau pelayanannya tidak digunakan oleh manajer sebagai pengambil keputusan.
- b. Manajer sebagai penentu kebijakan dan karyawan yang berhadapan langsung dengan pelanggan tidak berkomunikasi dengan baik.
- c. Banyaknya birokrasi antara karyawan yang berhadapan langsung dengan pelanggan dan manajer sebagai penentu kebijakan.

2. Gap 2

Kesenjangan antara pikiran atau pendapat manajemen mengenai ekspektasi konsumen dengan spesifikasi dan desain kualitas layanan. Manajemen tidak membuat standar pelayanan yang jelas, atau standar pelayanan yang jelas tetapi tidak sesuai dengan kemampuan manajemen, atau standar pelayanan yang ditetapkan jelas dan sesuai kemampuan manajemen tetapi manajemen

tidak berkeinginan melaksanakan standar yang telah ditetapkan tersebut. Contoh kesenjangan ini adalah manajemen ingin memberikan pelayanan pembelian tiket bioskop tanpa antri tetapi manajemen tidak menambah loket penjualan tiket baru. Kesenjangan ini terjadi karena:

- a. Manajer tidak mempunyai komitmen bahwa kualitas pelayanan merupakan kunci dari strategi mencapai tujuan organisasi.
- b. Manajer tidak yakin bahwa harapan pelanggan bisa dipenuhi.
- c. Sumber daya perusahaan kurang, baik sumber daya manusia maupun sumber daya lainnya.

3. Gap 3

Kesenjangan antara spesifikasi atau standar kualitas layanan dengan penyajian layanan pada pelanggan. Agar standar pelayanan yang ditetapkan organisasi bisa dilaksanakan, maka wajib didukung oleh sumber daya manusia dan sumber daya lainnya dalam organisasi, termasuk didalamnya program, imbalan, dan atau penghargaan pada karyawan, dan tetap didorong agar efektif dengan mengukur dan memberikan kompensasi dengan memperhatikan kinerja yang sesuai dengan standard tersebut (Parasuraman, 1998). Kesenjangan ini bisa terjadi karena (Parasuraman, 2004):

- a. Karyawan tidak paham yang diminta manajemen
- b. Karyawan merasa ada kebijakan yang bertentangan antara pelanggan dan manajemen organisasi.
- c. Ketidaksihinggaan antara keterampilan atau keahlian karyawan dengan pekerjaan atau tanggung jawabnya.
- d. Peralatan yang tersedia tidak cocok untuk pekerjaan yang dilaksanakan.
- e. Sistem bonus atau penilaian yang tidak jelas.
- f. Karyawan tidak fleksibel dalam menghadapi permasalahan.
- g. Manajer dan karyawan tidak bisa bekerja sama sebagai suatu tim.
- h. Pelayanan yang disediakan organisasi masih melewati pihak ketiga, misal retail, franchise, agen, atau broker.
- i. Pelanggan tidak membaca atau mempelajari atau mengikuti instruksi layanan dengan baik.

4. Gap 4

Kesenjangan antara penyajian layanan pada konsumen dengan kualitas layanan yang dijanjikan atau disampaikan oleh perusahaan atau penyedia jasa melalui media external. Organisasi yang telah menginformasikan kualitas pelayanannya melalui media massa, *sales force*, dan media komunikasi lainnya, seperti brosur, leaflet, dsb mungkin telah menaikkan harapan pelanggan atas pelayanan organisasi dan dijadikan standard dalam menilai pelayanan organisasi. Contoh, wisatawan kecewa karena adanya ketidaksesuaian antara objek wisata dengan brosur atau gambar yang dilihat wisatawan. Kesenjangan ini terjadi karena:

- a. Janji yang terlalu tinggi, baik melalui iklan atau pun penawaran langsung
 - b. Kurangnya koordinasi antara bagian operasi dan pemasaran.
 - c. Perbedaan kebijakan dan prosedur antar outlet yang berbeda.
 - d. Penyedia layanan sering gagal dalam memanfaatkan kesempatan untuk mengedukasi pelanggan dalam menggunakan layanan secara tepat
 - e. Penyedia layanan sering gagal dalam mengelola ekpektasi pelanggan sehingga pelanggan kurang paham atas yang akan mereka terima dalam pelayanan dan keuntungan berikutnya.
5. Sedangkan Gap 5 merupakan kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan, berada pada posisi *customer* dan disebabkan munculnya 1 atau lebih gap 1 sampai gap 4.

Menurut Pasasuraman (2004), harapan pelanggan dipengaruhi oleh informasi-informasi penggunaan produk dari:

1. Luar pelanggan (*word of mouth*)
2. Pengalaman pelanggan (*past experience*)
3. Kebutuhan pelanggan (*customer needs*) atau pun
4. *External communication* yang disuarakan oleh penyedia layanan.

Dari uraian diatas dapat dilihat bahwa penggunaan SERVQUAL masih spesifik untuk mengetahui adanya gap antara harapan dan persepsi pelanggan tapi belum bisa digunakan untuk mendekati terjadi gap itu. Dengan demikian, masih

diperlukan metode lain untuk mempersempit gap dalam kualitas layanan.

2.9 *Important Performance Analysis (IPA)*

Important Performance Analysis (IPA) adalah prosedur untuk menunjukkan kepentingan relatif berbagai variabel terhadap kinerja organisasi atau perusahaan (Wijaya, 2011). IPA adalah teknik sederhana dan efektif yang mampu membantu pelaku usaha dalam mengidentifikasi prioritas perbaikan variabel jasa dan strategi pemasaran berbasis kualitas. Dalam prakteknya, IPA diterapkan untuk menganalisa 2 (dua) dimensi variabel-variabel jasa, yaitu: tingkat kinerja (kepuasan atau persepsi) pelanggan dan tingkat kepentingan variabel bagi pelanggan (Huang dkk, 2009). Nilai kepuasan diplotkan dalam sumbu horisontal dan nilai kepentingan diplotkan dalam sumbu vertikal (Wijaya, 2011).

Analisa tingkat kepentingan variabel produk atau layanan dimulai dengan mendistribusikan kuesioner pada pelanggan, dimana tiap item pertanyaan memiliki 2(dua) jawaban dengan skala Likert, yang menunjukkan kepentingan variabel dan bagaimana kinerjanya (Herwanto dkk, 2013). IPA dihitung dengan melihat tingkat kesesuaian, dimana Tingkat Kesesuaian merupakan perbandingan antara Tingkat Kinerja pada variabel dengan Tingkat Kepentingan variabel bersesuaian. Persamaan yang digunakan dalam menghitung Tingkat Kesesuaian adalah (Yola, 2013):

$$Tki = \quad \quad \quad (2.2)$$

Dimana:

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja

Yi = Skor penilaian kepentingan

Pada sumbu Y diisi dengan Skor Tingkat Kepentingan sedangkan pada sumbu X diisi dengan Skor Tingkat Kinerja, maka setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dihitung dengan:

$$\chi' = \quad \quad \quad (2.3)$$

$$Y' = \frac{\sum \chi' Y'}{n} \quad (2.4)$$

Dimana:

χ' = Skor rata-rata tingkat kinerja

Y' = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = jumlah responden

Sumbu χ'' dan sumbu Y'' , yang berarti χ'' adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja dari sebuah variabel dan Y'' adalah rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh variabel yang mempengaruhi pelanggan. Seluruh variabel dinyatakan dengan K , sehingga:

$$\chi'' = \frac{\sum \chi' Y'}{n} \quad (2.5)$$

$$Y'' = \frac{\sum \chi' Y'}{n} \quad (2.6)$$

Nilai tingkat kesesuaian digambarkan dalam bentuk diagram kartesian 4 (empat) kuadran dua dimensi dijelaskan pada Gambar 2.13.

Gambar 2.13 Diagram *Important-Performance Analysis* (Kotler dkk, 2006)

Diagram IPA diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Kuadran I

Variabel yang masuk pada Kuadran I adalah variabel-variabel yang menjadi prioritas utama perbaikan karena performa yang rendah, ditunjukkan dengan nilai kepentingan pelanggan tinggi sedangkan persepsi pelanggannya rendah (Kotler, 2006).

2. Kuadran II

Variabel yang masuk pada Kuadran II adalah variabel-variabel yang perlu diperhatikan karena nilai kepentingan dan persepsi tinggi (Kotler, 2006).

3. Kuadran III

Variabel-variabel yang masuk pada Kuadran III adalah variabel dengan nilai kepentingan dan persepsi rendah sehingga merupakan kelemahan minor dan tidak diperlukan usaha tambahan perbaikan (Huang dkk, 2009).

4. Kuadran IV

Variabel yang masuk pada Kuadran IV variabel-atribut dengan persepsi yang tinggi tetapi nilai kepentingannya rendah, sehingga manajemen bisa mengabaikan variabel-variabel ini dan *resource* yang ada bisa digunakan untuk perbaikan variabel lain (Huang dkk, 2009).

2.10 *Quality Function Deployment (QFD)*

Dalam rangka menuju *good governance*, Pemerintah Republik Indonesia telah menggeser peran instansi pemerintah menuju pelayanan publik berbasis kepuasan masyarakat, karena itu peningkatan kualitas pelayanan publik di organisasi publik (organisasi pemerintah dan satuan-satuannya) merupakan titik penting sebagai reformasi administrasi pemerintah di Indonesia (Taufiq Effendi, 2009).

Dengan adanya pergeseran tersebut, menjadi jelas bahwa kepuasan publik merupakan salah satu indikator penting dalam menilai kinerja instansi pemerintah. Tingkat kepuasan publik yang terukur yang bisa menunjukkan tingkat kepuasan tetapi tidak diikuti dengan langkah perbaikan layanan adalah hal yang percuma. Untuk itu maka dalam penelitian ini akan digunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*, yaitu metode perbaikan produk dengan pendekatan yang terstruktur untuk menerjemahkan kebutuhan atau keperluan pelanggan ke dalam suatu perencanaan produk yang spesifik dengan tujuan untuk menghasilkan produk yang bisa memenuhi kebutuhan atau keperluan pelanggan (Aka, 1990). Aka menyebut QFD sebagai *hin shitsu kino ten kai*. Terjemahannya adalah (Lockamy dan Khurana, 1995):

1. *Hin shitsu* berarti kualitas atau variabel atau fitur
2. *Kino* berarti fungsi atau mekanisasi
3. *Tenkai* berarti pengembangan, pembangunan, difusi, atau evolusi

Menurut Bergman dan Klessjo (1994), QFD adalah metode yang memberikan kemungkinan sistematis dalam menghasilkan persyaratan kualitas produk dan parameter desain yang sesuai dengan persyaratan proses produksi dengan berbasis pada keinginan dan kebutuhan konsumen serta kompensasi pada

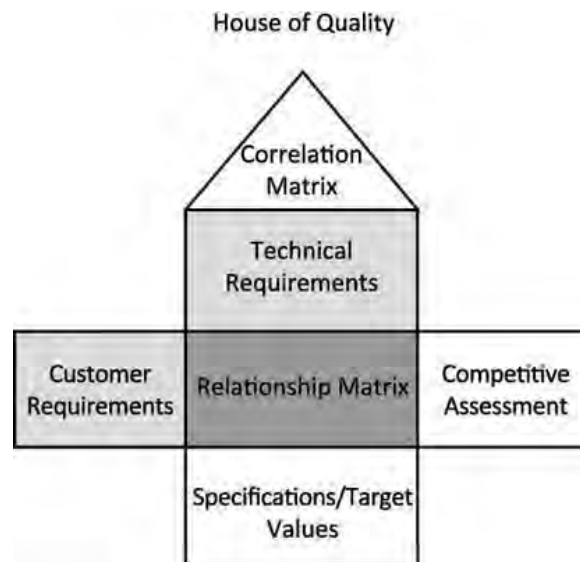
para pesaing.

Salah satu aspek yang menentukan keberhasilan organisasi dalam mengimplementasikan QFD adalah kemampuan organisasi untuk menerjemahkan kebutuhan atau keperluan pelanggan. Proses penangkapan kebutuhan atau keperluan pelanggan ini disebut dengan *Voice of Customer* (VoC) (Gaskin, 1993). Penggunaan VoC akan menghasilkan output dan benefit yang penting bagi pengembangan produk karena VoC memberikan:

1. Kebutuhan konsumen yang detail
2. Patokan manajemen untuk membuat keputusan selanjutnya
3. Masukan kunci bagi manajemen untuk menghasilkan produk dengan spesifikasi perancangan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen
4. Bisa menjadi masukan bagi inovasi produk baru.

VoC yang digunakan sebagai masukan dalam penggunaan QFD akan memberikan kejelasan tentang apa yang dibutuhkan atau diperlukan *customer* dan bukan hanya untuk mengevaluasi proses yang berjalan atau tidak berjalan saja.

Selain keunggulan-keunggulan penggunaan QFD dalam penyusunan perbaikan kualitas diatas, keunggulan lainnya adalah QFD merupakan metode yang explicit. Alat pokok yang digunakan dalam QFD adalah *House of Quality* (HOQ). HOQ mampu menunjukkan hubungan antara kebutuhan-kebutuhan konsumen dan diterjemahkan dalam variabel-variabel teknis dan berupa matrix atau "*quality table*" (Cohen, 1995). HoQ bermanfaat dalam perencanaan produk yang digunakan untuk menguraikan kebutuhan pelanggan, ukuran-ukuran teknis, nilai target, dan analisa-analisa yang kompetitif (Eurika and Ryan, 1994). HOQ terdiri dari beberapa matriks yang saling berhubungan satu dengan lainnya (Cohen, 1995). Jadi HoQ adalah suatu alat berbentuk matriks yang digunakan dalam produksi produk untuk menjelaskan kebutuhan dan harapan pelanggan serta metode untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan menggunakan matrik dalam sebagai alat utama dalam penyusunan QFD, maka hubungan antara "WHAT" dan "HOW" dapat diuraikan dengan jelas dan tidak ambigu (Gerst, 2004). Gambar HoQ dapat dilihat pada Gambar 2.14 di bawah ini.



Gambar 2.14 Matriks *House of Quality* (HOQ)
(Akao, 1990)

Dalam matrik HoQ diatas tampak bahwa bagian kiri adalah “*Customer Requirements*”. Pada bagian ini menggambarkan “apa” yang dibutuhkan pelanggan. Kalimat-kalimat pada kotak ini menyatakan apa saja yang dibutuhkan pelanggan. Kebutuhan pelanggan diterjemahkan dalam rencana tindakan yang menjawab kata “bagaimana”, dimana tindakan yang diambil ini adalah tindakan yang bisa diukur, dan terletak pada kotak “*Technical Requirements*”. Setelah mengidentifikasi “apa” dan “bagaimana”, langkah berikutnya adalah melihat korelasi antara kotak “apa” dan “bagaimana” dan menerjemahkan korelasi itu dalam “*Relationships matriks*”, matriks itu menggambarkan pengaruh tiap “bagaimana” pada tiap “apa”. Pada bagian atas HoQ adalah “*Correlation Matriks*”, yang menggambarkan hubungan antar pasangan “bagaimana”. Kotak “*Competitive Assesment*” berisi tentang bobot kepentingan pelanggan, tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan, dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang sejenis atau perusahaan pesaing. Pada kotak “*Specifications* atau *Target Values*” berisi urutan tingkat kepentingan persyaratan teknis, perbandingan kinerja teknis layanan yang dihasilkan oleh organisasi.

Beberapa konsep atau elemen HoQ adalah sebagai berikut (Chan, 2004):

1. Identifikasi pelanggan

Pelanggan adalah orang yang membeli dan menggunakan produk atau jasa di pasar atau tempat usaha sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya (Khadka, Marjan: 2013). Saat ini eksistensi organisasi sangat dipengaruhi oleh tingkat keberadaan pelanggannya. Organisasi yang tidak memiliki pelanggan tidak akan eksis.

2. Identifikasi kebutuhan pelanggan atau *Customer Requirements (WHAT'S)*. Identifikasi kebutuhan pelanggan dapat diketahui dengan *Voice of Customer (VoC)*.

3. Tentukan *Importance Rating Customer Needs*

Importance rating merupakan tingkat kepentingan kebutuhan pelanggan yang dirasakan pelanggan. Skala yang bisa digunakan adalah Skala 1-5 yang berarti:

- a. Skor "1" adalah kepentingannya sangat rendah
- b. Skor "2" adalah kepentingannya rendah
- c. Skor "3" adalah agak penting
- d. Skor "4" adalah penting
- e. Skor "5" adalah penting sekali

4. Tentukan *Competitive Assessment*

Competitive assessment merupakan alat bantu pelanggan dalam menilai *performance* organisasi *relative* terhadap produk kompetitor, dinyatakan dengan skala 1-5 yang berarti:

- a. Skor "1" adalah sangat tidak memuaskan
- b. Skor "2" adalah tidak memuaskan
- c. Skor "3" adalah cukup
- d. Skor "4" adalah memuaskan
- e. Skor "5" adalah sangat memuaskan

5. Tentukan *Goal*

Goal merupakan tujuan yang ingin dicapai organisasi pada tiap kebutuhan pelanggan. Skala yang dipakai adalah sama dengan skala pada *Customer Assessment*. Nilai *goal* bisa mengambil dari nilai harapan yang negatif dalam

survei (Kencana Ekasari, 2012).

6. Tentukan *Sales Point*

Sales point merupakan nilai unik yang dimiliki organisasi yang menyatakan kemungkinan posisi organisasi pada bisnis yang bersesuaian. Nilai *Sales Point* dinyatakan dengan: “1” sebagai “*no sales point*”, hal ini berarti tidak ada nilai bisnis sama sekali; “1,25” sebagai “*moderate*”, yang berarti nilai tingkat kepentingan (*Importance Rating*) atau kesempatan bersaing (*competitive opportunity*) tidak bagus, dan “1,5” atau “*strong*”, yang berarti capaian kompetitor adalah rendah pada WHAT tertentu.

7. Tentukan *Final Importace Rating for Customer Needs (FIRC�)* dengan persamaan:

$$FIRC� = \quad (2.7)$$

8. Tentukan Respon Teknis atau *Technical Requirements (HOW)*

Respon teknis bisa uraian tentang spesifikasi design, karakteristik pengganti yang berkualitas, perancangan, metode, yang mampu mengukur dan berhubungan dengan kebutuhan pelanggan.

9. Tentukan matriks korelasi antar Respon Teknis atau *Correlation Matriks*

Korelasi antar Respon Teknis perlu dibuat untuk membantu dalam membangun hubungan antara keinginan pelanggan dan kebutuhan produk dan mengidentifikasi pada bagian mana respon teknis-respon teknis harus bekerja bersama agar tidak terjadi konflik rencana. Hasil korelasi diletakkan pada bagian Atas HoQ. Ada 5 (lima) simbol korelasi teknis, yaitu:

- a. “++” : *Strong Positive Relationship*
- b. “+” : *Weak Positive Relationship*
- c. (kosong) : *No Relationship*
- d. “-“ : *Weak Negative Relationship*
- e. “-” : *Strong Negative Relationship*

10. Tentukan *Relationships Matriks*

Matriks ini merupakan keterhubungan antara tiap-tiap *WHAT* dan tiap-tiap *HOW*, dinyatakan dengan skala:

- a. Tidak berhubungan; nilai: 0; tanda “kosong”
- b. Hubungan sedikit atau lemah; nilai: 1; tanda Δ
- c. Hubungan biasa; nilai 3; tanda O
- d. Hubungan kuat; nilai 9; tanda Θ

11. Tentukan matriks prioritas atau *target values*

Matriks prioritas merupakan indikasi tingkat kepentingan pengembangan respon teknis terhadap variabel yang akan diperbaiki (Chan, 2004). Nilai prioritas masing-masing respon teknis dihitung berdasarkan tingkat hubungan antara variabel dengan respon teknis seperti ditunjukkan pada Gambar 5.4. Nilai prioritas tiap respon teknis didapatkan dengan persamaan (Chan, 2004):

$$\text{Importance Rating of HOW} = \sum (\text{final importance rating of WHAT} \times \text{relationship value between WHAT and HOW}) \quad (2.8)$$

2.11 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya tentang jasa, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan telah disusun oleh beberapa penulis. Beberapa penelitian sebelum tulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Nurhadi Setyo Nugroho (2015)

Meneliti tentang Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan *Service Quality* (Servqual) dan *Quality Function Deployment* (QFD) dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus di Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta). Populasi dalam penelitian tersebut adalah mahasiswa S1 FT UNY berjumlah 1200 orang dengan sample penelitian sebanyak 92 orang dengan metode *Purposive Sampling* dengan rumus Slovin. Hasil analisis Servqual dan QFD menunjukkan kesesuaian GAP paling besar ada pada “Ruang Tempat lain yang menunjang proses pembelajaran (contoh: toilet, kantin, parkir, dll) sudah sesuai kebutuhan” sebesar 54,3%, sedangkan nilai GAP terendah atau yang sudah memenuhi harapan mahasiswa adalah “Mata kuliah yang disajikan sudah sesuai dengan jurusan yang ada sebesar 94,9%”.

2. Lisa Roesdiana Noer (2014)
Meneliti tentang “Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan PT.Pos Indonesia (persero) Kantor Wilayah Surabaya Selatan dengan menggunakan Metode Servqual, Metode Kano, dan QFD. Latar belakang penelitian adalah adanya kesenjangan ekspektasi pelanggan dan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan. Metode yang digunakan dalam pengolahan data servqual kemudian kano dan disusun ke dalam HoQ.
3. Anang Widiyanto (2014)
Meneliti tentang “Analisis Kepuasan Pasien atau Keluarga pasien pada pelayanan di Ruang Rawat Inap Cendrawasih Rumah Sakit X di Surabaya”. Penelitian dilakukan dengan sampling adalah pelanggan yang menjalani rawat inap di ruang rawat inap cendrawasih rumah sakit x surabaya, dengan menggunakan metode pengumpulan data primer dan sekunder. Populasi penelitian adalah semua pasien atau keluarga pasien yang dirawat inap di rumah sakit, berjumlah 100 orang, sample 75 orang dengan metode simple random sampling. Hasil penelitian adalah diskriptif menunjukkan bahwa kesesuaian antara harapan dan kenyataan mutu pelayanan rumah sakit.
4. Ratna Kencana Ekasari (2012)
Meneliti tentang “Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan pada Pelanggan Plasa Telkom Sidoarjo dengan menggunakan Integrasi Metode Service Quality (Servqual) dan Quality Function Development (QFD). Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kinerja pelayanan Telkom dibanding dengan kinerja pesaing dengan masalah yang diteliti adalah Strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada Plasa Telkom agar sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Variabel assurance mengenai keahlian pegawai Plasa Telkom dalam memberikan contoh prosedur komplain produk, merupakan variabel paling berpengaruh terhadap kualitas layanan Plasa Telkom Sidoarjo. Dari hasil benchmarking, didapatkan respon teknis berupa peningkatan spesifikasi perekrutan pegawai outsourcing merupakan respon teknis dengan nilai tertinggi.
5. Sri Wahyuningsih (2013)

Menyusun penelitian dengan judul "Analisis Kualitas Layanan Perizinan Spektrum Frekuensi Radio Siaran dengan Metode *Important Performance Analysis* (IPA). Penelitian bertujuan untuk mengetahui nilai kinerja dan kepentingan dari proses perijinan penggunaan spektrum frekuensi radio (ISR). Penerbitan ISR merupakan suatu bagian dari penerbitan Ijin Penyelenggaraan Penyiaran. Dari penelitian diketahui bahwa proses penerbitan ISR sudah baik tetapi ada yang sangat penting dan perlu mendapat prioritas dan perhatiannya dalam proses IPP sampai dengan ISR, yaitu:

- a. Pelayanan perizinan dilakukan dengan cepat, mudah dan tidak berbelit.
- b. Proses Perizinan tepat waktu
- c. Kemampuan petugas dalam memberikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti.
- d. Kemudahan penyampaian permohonan ISR.

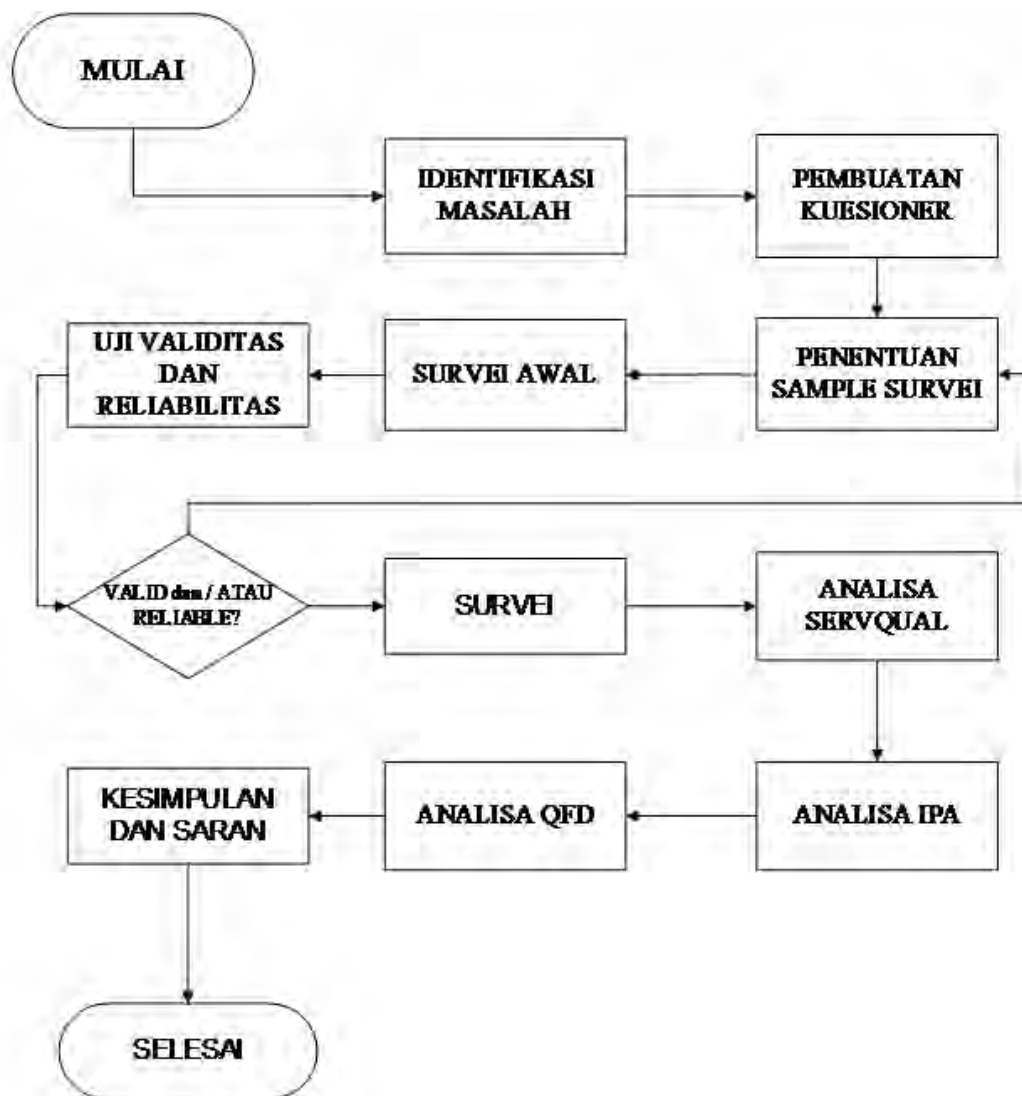
BAB 3

METODE PENELITIAN

Guna efektifitas penelitian, perlu menyusun langkah sistematis penelitian yang disebut metodologi penelitian. Metodologi penelitian dengan judul Peningkatan Kualitas Layanan Publik di Balai Monitor Kelas I Surabaya digambarkan dalam suatu Diagram Alir Metodologi Penelitian dan dibagi dalam 3 (tiga) tahap besar, yaitu:

1. Tahap I. Identifikasi Masalah;
2. Tahap II. Tahap Pengumpulan Data;
3. Tahap III. Tahap Pengolahan dan Analisa Data; dan
4. Tahap IV. Tahap Penyusunan Kesimpulan dan Saran

Tiap-tiap tahap dalam metodologi penelitian masih terbagi dalam langkah-langkah kerja seperti digambarkan dalam Diagram alir Metodologi Penelitian Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Publik di Balai Monitor Kelas I Surabaya pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian

Penjelasan setiap tahap metodologi penelitian adalah sebagai berikut.

3.1 Identifikasi Masalah

Tahap Identifikasi Masalah merupakan tahap yang menguraikan permasalahan-permasalahan nyata di Balmon Surabaya . Dalam tahap ini dilakukan pembatasan permasalahan agar pembahasan lebih fokus dan tujuan penelitian bisa disusun dan dicapai. Rumusan permasalahan dan pembatasannya telah diuraikan dalam Bab I penelitian.

3.2 Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan data-data terkait

dengan pengukuran kualitas pelayanan (*service quality*). Pada tahap ini, beberapa proses yang dilakukan adalah membuat kuesioner, menentukan populasi dan sample, dan pengumpulan data kuesioner. Jenis data yang dikumpulkan berupa variabel penelitian, penyusunan kuesioner, penentuan populasi dan sample, dan pengumpulan data kuesioner.

1. Pembuatan Kuesioner

Kuesioner dibuat sebagai alat bantu pengumpulan data dan untuk mengetahui tingkat harapan dan persepsi pelanggan terhadap variabel. Kuesioner yang disusun merujuk pada 5 (lima) dimensi kualitas jasa SERVQUAL. Kuesioner terdiri atas 2 (dua) bagian yaitu :

Bagian I:

- a. Jenis kelamin responden
- b. Umur responden
- c. Jenis penggunaan frekuensi responden
- d. Lokasi responden
- e. Pernyataan kuesioner.

Bagian II:

Pemberian SKOR sesuai persepsi responden pada kolom “yang diharapkan”, “yang dirasakan”, dan “kepentingan” mengacu pada tata cara pemberian SKOR adalah dengan mengisi angka (1) s.d. (5) sesuai Skala Likert sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skor Nilai Pernyataan Harapan Pelanggan

Skor Nilai	Pernyataan Harapan
1	Sangat rendah
2	Rendah
3	Cukup
4	Tinggi
5	Sangat tinggi

Tabel 3.2 Skor Nilai Pernyataan yang Dirasakan Pelanggan

Skor Nilai	Pernyataan yang Dirasakan
------------	---------------------------

1	Sangat tidak memuaskan
2	Tidak memuaskan
3	Cukup
4	Memuaskan
5	Sangat memuaskan

Tabel 3.3 Skor Nilai Pernyataan Kepentingan Pelanggan

Skor Nilai	Pernyataan Kepentingan
1	Sangat tidak penting
2	Tidak penting
3	Cukup
4	Penting
5	Sangat penting

2. Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna frekuensi *non big user* di Jawa Timur berjumlah 684 pengguna. Pengguna *non big user* adalah pengguna frekuensi radio non seluler yang mendaftarkan perijinan tanpa Sistem M2M (*Machine to Machine*), ada beberapa macam pengguna *non big user* yaitu *internet service provider* (ISP), radio konsesi, penyelenggara radio penyiaran (Stasiun radio AM, FM), penyelenggara televisi, dan penyelenggara satelit. Dikarenakan luasnya wilayah kerja Balai Monitor Frekuensi Kelas I Surabaya, maka peneliti hanya menggunakan sample wilayah penelitian untuk pengguna frekuensi di kota Surabaya, Kota Malang dan Kota Kediri. Memperhatikan karakteristik responden yang mirip, maka metode sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*. Penentuan jumlah sampling bisa menggunakan Formula Slovin di bawah ini (Suyono, 2012):

$$(3.1)$$

Dimana:

n = Minimum jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = *sample error* penelitian (0,01)

Dengan menggunakan persamaan diatas, didapatkan jumlah sample adalah 129 (seratus dua puluh sembilan) responden. Rincian jumlah pengguna dapat dilihat pada Tabel 3.4.

Tabel 3.4 Jumlah Pengguna Frekuensi dan Responden Penelitian di Surabaya, Malang, dan Kediri

No	Jenis pengguna	Kota	Jumlah pengguna	Jumlah Responden
1	Konsesi	Surabaya	295	70
		Malang	58	6
		Kediri	26	3
2	Penyiaran	Surabaya	29	29
		Malang	14	14
		Kediri	7	7

3. Survei Awal

Survei awal bertujuan untuk mengetahui kondisi saat ini layanan Balmon Surabaya Surabaya. Survei awal dilakukan terhadap 30 (tiga puluh) responden pengguna frekuensi.

4. Uji validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap hasil survei awal untuk mengetahui:

- Pemahaman responden terhadap kuesioner.
- Tingkat kevalidan alat ukur yang dipakai, yaitu sejauh mana tingkat kedalaman suatu alat ukur.
- Tingkat reliabilitas menunjukkan konsistensi jawaban responden. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji statistik *cronbach's alpha* (α). Variabel yang reliabel adalah variabel yang memiliki nilai $\alpha > 0,6$ (Gani dan Amalia, 2015).

Apabila hasil survei awal tidak reliabel dan atau valid, maka dilakukan perubahan atau penyusunan ulang survei.

5. Pengumpulan Data Kuesioner

Kuesioner adalah suatu bentuk teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam metode penelitian dengan tidak perlu atau wajib memerlukan kedatangan langsung dari sumber data (Dewa Ketut Sukardi, 1983). Kuesioner secara umum dapat berbentuk pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh responden (Bimo Walgito, 1987). Jenis kuesioner ada 2 (dua) yaitu kuesioner terbuka dan tertutup. Apabila angket bersifat terbuka, cara menjawabnya dengan mengisi jawaban pada kolom yang tersedia. Sementara pada angket tertutup cara menjawab cukup dengan membubuhkan check list (√) atau tanda silang (X) pada kolom jawaban.

Kelebihan metode kuesioner adalah sebagai berikut:

- a. Tidak memerlukan kehadiran peneliti.
- b. Dapat dibagikan secara bersama-sama kepada seluruh responden.
- c. Waktunya fleksibel, bergantung waktu senggang responden.
- d. Dapat dibuat anonim (tanpa nama) sehingga responden tidak malu ketika menjawab pertanyaan.
- e. Pertanyaan dapat distandarkan.

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan yang menjabarkan variabel yang diteliti kepada responden pengguna frekuensi *non big user* di wilayah kota Surabaya, Malang dan Kediri.

3.3 Pengolahan dan Analisis Data

Pada tahap ini, data hasil kuesioner diolah dan dianalisa dengan menggunakan 3 (tiga) metode, yaitu: Service Quality (Servqual), Important Performance Analysis (IPA), dan House of Quality (HoQ). Servqual digunakan untuk mengetahui Gap antara yang diharapkan dan yang dirasakan pengguna, Important Performance Analysis digunakan untuk menentukan variabel-variabel dengan tingkat Kepentingan Tinggi tetapi kinerja rendah, dan HoQ digunakan untuk menentukan Respon Teknis perbaikan atas variabel yang berkinerja rendah

tetapi kepentingannya tinggi.

3.4 Penyusunan Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dan saran merupakan tahap akhir penelitian. Kesimpulan merupakan respon atas permasalahan dan rekomendasi perbaikan yang bisa dilaksanakan Balmon Surabaya, sedangkan saran adalah usulan pengembangan penelitian dengan mempertimbangkan kondisi Balmon Surabaya.

BAB 4

PENGOLAHAN DAN ANALISA DATA

4.1 Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah Data Responden dan Data Variabel Kuesioner. Data Responden merupakan data sample dari pengguna frekuensi *non big-user*, terdiri dari pengguna konsesi dan data penyiaran FM di Surabaya, Malang dan Kediri. Sedangkan data variabel kuesioner adalah data response atas kuesioner yang disebarakan pada responden.

Data yang diperoleh kemudian diolah untuk dijadikan bahan analisa dengan menggunakan integrasi metode Servqual, IPA, dan QFD.

4.1.1 Data Responden

Kuesioner yang disebarakan peneliti merupakan kuesioner pelayanan publik yang diberikan Balmon Kelas I Surabaya kepada pengguna frekuensi *non big user* (*Broadcast* atau Stasiun radio FM dan Konsesi) di 3 wilayah yaitu Kota Surabaya, Kota Malang dan Kota Kediri. Penelitian dilakukan di Balai Monitor Frekuensi Kelas I Surabaya.

Jumlah pengguna *broadcast* atau stasiun radio FM di tiga kota yaitu Surabaya, Malang dan Kediri adalah 50 pengguna. Data pengguna ini dipakai semua sebagai responden kuesioner. Sedangkan jumlah pengguna konsesi di tiga kota tersebut adalah 379 pengguna. Jadi total jumlah pengguna adalah 429. Penentuan jumlah responden dari pengguna konsesi dilakukan berdasarkan rumus *Slovin* dengan margin error 10% sehingga didapat jumlah responden 79. Sehingga total responden adalah 129 pelanggan yang akan diberikan kuesioner. Penyebaran kuesioner pada responden dilakukan secara proporsional berdasarkan data pengguna di masing-masing kota yang diteliti. Detail jumlah pengguna dan responden di tiga kota tersebut ditunjukkan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Jumlah Responden Penelitian

Jenis Pelanggan	Kota	Jumlah Pelanggan	Jumlah Responden	Keterangan
Penyiaran FM	Surabaya	29	29	100%
	Malang	14	14	100%
	Kediri	7	7	100%
Subtotal		50	50	
Konsesi	Surabaya	295	70	proporsional
	Malang	58	6	proporsional
	Kediri	26	3	proporsional
Subtotal		379	79	
TOTAL		429	129	

4.1.2 Data Kuesioner

Kuesioner terdiri dari 16 (enam belas) Variabel pernyataan yang terbagi kedalam 5 (lima) dimensi sesuai dengan metode Parasuraman's Servqual. Ke 16 (enam belas) pernyataan tersebut, apabila dilihat dari kuesioner kualitas pelayanan publik dalam penelitian ini masing-masing terdiri dari pernyataan *Reliability* (keandalan) sebanyak 4 (empat) pernyataan (nomor 1 sampai dengan 4), *Responsiveness* (ketanggapan) sebanyak 3 (tiga) pernyataan (nomor 5 sampai dengan 7), *Assurance* (kepastian) sebanyak 2 (dua) pernyataan (nomor 8 dan nomor 9), *Emphaty* (empati) sebanyak 2 (dua) pernyataan (nomor 10 dan nomor 11), dan *Tangible* (berwujud) sebanyak 5 (lima) pernyataan (nomor 12 sampai dengan 16).

Kuesioner yang disebarakan peneliti merupakan kuesioner pelayanan publik yang diberikan oleh Balai Monitor Frekuensi Kelas I Surabaya tersebut diatas. Variabel-variabel pernyataan kualitas pelayanan publik dalam kuesioner ditiap dimensi seperti tertulis dalam Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Variabel Pernyataan Kualitas Pelayanan Publik Tiap Dimensi

No	Variabel
A	Reliability (Keandalan)
1	Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo pembayaran
2	Penyampaian ISR tepat waktu
3	Laporan gangguan ditangani dengan baik
4	Ketepatan jam operasional
B	Responsiveness (Ketanggapan)
5	Tanggap dalam merespon laporan
6	Kemudahan memperoleh informasi
7	Ketersediaan media komunikasi alternatif selain telepon
C	Assurance (Jaminan)
8	Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi
9	Informasi tidak berubah dan tidak berbeda-beda
D	Emphaty (Empati)
10	Proaktif dalam menghubungi pelanggan
11	Kemudahan dalam menghubungi petugas
E	Tangible (Berwujud)
12	Kemudahan dalam menjangkau Graha Postel
13	Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa
14	Ketersediaan brosur/pamphlet layanan
15	Alat kerja lengkap dan sesuai standar
16	Petugas mengenakan seragam atau identitas dinas

Penilaian variabel-variabel menggunakan Skala Likert. Skor yang digunakan untuk pelanggan mengenai pelayanan publik terhadap harapan pelayanan oleh pengguna tersebut adalah:

Tabel 4.3 Skor Nilai Pernyataan Harapan Pelanggan

Skor Nilai	Pernyataan Harapan
1	Sangat rendah
2	Rendah
3	Cukup
4	Tinggi
5	Sangat tinggi

Skor yang digunakan untuk pengguna frekuensi mengenai pelayanan publik terhadap kenyataan pelayanan yang dirasakan oleh pengguna frekuensi adalah:

Tabel 4.4 Skor Nilai Pernyataan yang Dirasakan Pelanggan

Skor Nilai	Pernyataan yang Dirasakan
1	Sangat tidak memuaskan
2	Tidak memuaskan
3	Cukup
4	Memuaskan
5	Sangat memuaskan

Skor yang digunakan untuk pengguna frekuensi mengenai pelayanan publik terhadap kepentingan pelayanan oleh pengguna frekuensi adalah:

Tabel 4.5 Skor Nilai Pernyataan Kepentingan Pelanggan

Skor Nilai	Pernyataan Kepentingan
1	Sangat tidak penting
2	Tidak penting
3	Cukup
4	Penting
5	Sangat penting

4.2 Pengujian Data

Pengujian data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner pada 30 (tiga puluh) responden untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner. Dari penyebaran dimaksud, hasil uji validitas dan reliabilitas dapat dilihat pada Uji Validitas dan Reliabilitas atas Data Kuesioner Harapan Pelanggan, Uji Validitas dan Reliabilitas atas Data Kuesioner Yang dirasakan Pelanggan, dan Uji Validitas dan Reliabilitas atas Data Kepentingan Variabel.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan bantuan software SPSS. Hasil pengujian adalah valid jika nilai r hitung > nilai r tabel, maka variabel-variabel tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika koefisien alpha yang didapatkan dari perhitungan *Cronbach's alpha* > 0.60 maka reliabilitasnya tinggi atau sempurna.

4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas atas Data Harapan Pelanggan

Hasil uji validitas dan reliabilitas dari harapan pelanggan menggunakan *software* SPSS ditunjukkan pada Tabel 4.6 dan Tabel 4.7.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Skor Harapan Pelanggan

Variabel	Total Korelasi	Validitas
R-1	0,72	Valid
R-2	0,71	Valid
R-3	0,61	Valid
R-4	0,83	Valid
RS-1	0,58	Valid
RS-2	0,75	Valid
RS-3	0,82	Valid
A-1	0,83	Valid
A-2	0,82	Valid
E-1	0,54	Valid
E-2	0,58	Valid
T-1	0,77	Valid
T-2	0,69	Valid
T-3	0,77	Valid
T-4	0,70	Valid
T-5	0,75	Valid

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Harapan Pelanggan

Cronbach's Alpha	Jumlah Variabel	Kesimpulan
0.935	16	Reliabel

Berdasarkan data-data di atas dapat disimpulkan bahwa variabel pada survei harapan pelanggan adalah valid karena karena r hitung $>$ nilai r tabel (0,3061) dan reliabilitas sempurna karena Cronbach's Alpha = 0,935.

4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas atas Data Yang dirasakan Pelanggan

Hasil uji validitas dan reliabilitas yang dirasakan pelanggan seperti ditunjukkan pada Tabel 4.8 dan Tabel 4.9.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Yang dirasakan Pelanggan

Variabel	Total Korelasi	Validitas
R-1	0,66	Valid
R-2	0,70	Valid
R-3	0,62	Valid
R-4	0,75	Valid
RS-1	0,83	Valid
RS-2	0,79	Valid
RS-3	0,87	Valid
A-1	0,77	Valid
A-2	0,69	Valid
E-1	0,74	Valid
E-2	0,82	Valid
T-1	0,58	Valid
T-2	0,71	Valid
T-3	0,60	Valid
T-4	0,63	Valid
T-5	0,78	Valid

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Yang dirasakan Pelanggan

Cronbach's Alpha	Jumlah Variabel	Kesimpulan
0.935	16	Reliabel

Berdasarkan data-data di atas dapat disimpulkan bahwa variabel pada survei yang dirasakan pelanggan adalah valid karena karena r hitung $>$ nilai r tabel (0,3061) dan reliabilitas sempurna karena *Cronbach's Alpha* = 0,935.

4.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas atas Data Kepentingan Pelanggan

Hasil uji validitas dan reliabilitas atas data Kepentingan menggunakan software SPSS ditunjukkan pada Tabel 4.10 dan Tabel 4.11.

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Skor Kepentingan Pelanggan

Variabel	Total Korelasi	Validitas
R-1	0,51	Valid
R-2	0,61	Valid
R-3	0,33	Valid
R-4	0,65	Valid
RS-1	0,63	Valid
RS-2	0,68	Valid
RS-3	0,33	Valid
A-1	0,57	Valid
A-2	0,50	Valid
E-1	0,83	Valid
E-2	0,70	Valid
T-1	0,68	Valid
T-2	0,67	Valid
T-3	0,75	Valid
T-4	0,85	Valid
T-5	0,79	Valid

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan Pelanggan

Cronbach's Alpha	Jumlah Variabel	Kesimpulan
0.900	16	Reliabel

Berdasarkan data-data di atas dapat disimpulkan variabel pada survei kepentingan adalah valid karena karena $r\text{-hitung} > \text{nilai } r\text{-tabel}$ (0,3061) dan reliabilitas sempurna karena *Cronbach's Alpha* = 0,900.

4.3 Analisa Data

Bagian ini menguraikan analisa data dari hasil kuesioner dan menginterpretasikannya agar bermanfaat dalam penelitian. Ada 2 (dua) analisa dan 1 (satu) metode penyusunan langkah perbaikan sesuai hasil analisa yang dilakukan dalam tahap ini, yaitu:

1. Analisa *Service Quality* (Servqual);
2. Analisa *Important Performance Analysis* (IPA);
3. Penyusunan *House of Quality* (HoQ).

4.3.1 Analisa *Service Quality*

Analisa Servqual dilakukan dengan memasukkan skor persepsi (*perceived* (P); yang dirasakan) pelanggan dan skor harapan (*expected* (E), yang diharapkan) pelanggan dalam rumus (1).

1. Skor Persepsi

Nilai rata-rata skor persepsi pelanggan dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4.12 Hasil Skor Rata-rata Persepsi Pelanggan

No	Dimensi	No. Variabel	Variabel	Rata-rata
1	Reliability	R-1	Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo pembayaran	3,33
2		R-2	Penyampaian ISR tepat waktu	3,68
3		R-3	Laporan gangguan ditangani dengan baik	3,71
4		R-4	Ketepatan jam operasional	3,80
5	Responsiveness	RS-1	Tanggap dalam merespon laporan	3,85
6		RS-2	Kemudahan memperoleh informasi	3,82
7		RS-3	Ketersediaan media komunikasi alternatif selain telepon	3,63
8	Assurance	A-1	Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi	3,16
9		A-2	Informasi tidak berubah dan tidak berbeda-beda	3,64
10	Emphaty	E-1	Proaktif dalam menghubungi pelanggan	3,52
11		E-2	Kemudahan dalam	3,64

			menghubungi petugas	
12	<i>Tangible</i>	T-1	Kemudahan dalam menjangkau Graha Postel	3,86
13		T-2	Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa	2,82
14		T-3	Ketersedian brosur/pamflet layanan	3,68
15		T-4	Alat kerja lengkap dan sesuai standard	3,82
16		T-5	Petugas mengenakan seragam atau identitas dinas	3,76

Dengan mengurutkan skor persepsi mulai dari nilai yang paling besar sampai nilai paling kecil pada Tabel 4.12, didapatkan hasil yang dijelaskan dalam Tabel 4.13.

Tabel 4.13 Hasil Pengurutan Skor Persepsi Pelanggan Terbesar ke Terkecil

No	No.Variabel	Variabel	Rata-rata	Peringkat
1	T-1	Kemudahan dalam menjangkau Graha Postel	3,86	1
2	RS-1	Tanggap dalam merespon laporan	3,85	2
3	RS-2	Kemudahan memperoleh informasi	3,82	3
4	T-4	Alat kerja lengkap dan sesuai standard	3,81	4
5	R-4	Ketepatan jam operasional	3,80	5
6	T-5	Petugas mengenakan seragam atau identitas dinas	3,76	6
7	R-3	Laporan gangguan ditangani dengan baik	3,71	7
8	R-2	Penyampaian ISR tepat waktu	3,68	8
9	T-3	Ketersedian brosur/pamflet layanan	3,68	9
10	E-2	Kemudahan dalam menghubungi petugas	3,64	10
11	A-2	Informasi tidak berubah dan tidak berbeda-beda	3,64	11
12	RS-3	Ketersediaan media komunikasi alternatif selain telepon	3,63	12
13	E-1	Proaktif dalam menghubungi pelanggan	3,52	13
14	R-1	Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo pembayaran	3,33	14
15	A-1	Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi	3,16	15
16	T-2	Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa	2,82	16

Berdasarkan Tabel 4.13 diketahui bahwa Variabel “Kemudahan dalam menjangkau Graha Postel” yang termasuk dalam Dimensi *Tangible* adalah variabel dengan skor persepsi pelanggan terbesar, yaitu 3,86, sedangkan variabel “Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa” yang juga termasuk dalam Dimensi *Tangible* adalah persepsi pelanggan terkecil, yaitu 2,823.

2. Skor Harapan

Nilai rata-rata Skor Harapan pelanggan dilihat pada Tabel 4.14.

Tabel 4.14 Hasil Skor Rata-rata Harapan Pelanggan

No	Dimensi	No. Variabel	Variabel	Rata-rata
1	Reliability	R-1	Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo pembayaran	4,45
2		R-2	Penyampaian ISR tepat waktu	4,41
3		R-3	Laporan gangguan ditangani dengan baik	4,40
4		R-4	Ketepatan jam operasional	4,09
5	Responsiveness	RS-1	Tanggap dalam merespon laporan	4,42
6		RS-2	Kemudahan memperoleh informasi	4,27
7		RS-3	Ketersediaan media komunikasi alternatif selain telepon	4,11
8	Assurance	A-1	Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi	4,32
9		A-2	Informasi tidak berubah dan tidak berbeda-beda	4,20
10	Emphaty	E-1	Proaktif dalam menghubungi pelanggan	4,06
11		E-2	Kemudahan dalam menghubungi petugas	4,09
12	Tangible	T-1	Kemudahan dalam menjangkau Graha Postel	4,11
13		T-2	Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa	4,28
14		T-3	Ketersediaan brosur/pamflet layanan	3,88
15		T-4	Alat kerja lengkap dan sesuai standard	4,15
16		T-5	Petugas mengenakan seragam atau identitas dinas	4,00

Dengan mengurutkan Skor Harapan mulai dari nilai yang paling besar sampai nilai paling kecil pada Tabel 4.14, hasil yang dijelaskan dalam Tabel 4.15.

Tabel 4.15 Hasil Pengurutan Skor Harapan Pelanggan Terbesar ke Terkecil

No	No.Variabel	Variabel	Rata-rata	Peringkat
1	R-1	Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo pembayaran	4,45	1
2	RS-1	Tanggap dalam merespon laporan	4,42	2
3	R-2	Penyampaian ISR tepat waktu	4,41	3
4	R-3	Laporan gangguan ditangani dengan baik	4,40	4
5	A-1	Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi	4,32	5
6	T-2	Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa	4,28	6
7	RS-2	Kemudahan memperoleh informasi	4,27	7
8	A-2	Informasi tidak berubah dan tidak berbeda-beda	4,20	8
9	T-4	Alat kerja lengkap dan sesuai standard	4,15	9
10	RS-3	Ketersediaan media komunikasi alternatif selain telepon	4,11	10
11	T-1	Kemudahan dalam menjangkau Graha Postel	4,11	11
12	R-4	Ketepatan jam operasional	4,09	12
13	E-2	Kemudahan dalam menghubungi petugas	4,09	13
14	E-1	Proaktif dalam menghubungi pelanggan	4,06	14
15	T-5	Petugas mengenakan seragam atau identitas dinas	4,00	15
16	T-3	Ketersedian brosur/pamflet layanan	3,88	16

Berdasarkan Tabel 4.15 diketahui bahwa Variabel “Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo pembayaran” yang termasuk dalam Dimensi *Reliability* adalah variabel dengan Skor Harapan pelanggan terbesar, yaitu 4,45, sedangkan variabel “Ketersedian brosur/pamflet layanan” yang juga termasuk dalam Dimensi *Tangible* adalah variabel dengan Skor Harapan pelanggan terkecil, yaitu 3,88.

3. Skor Kesenjangan (Gap) Persepsi dan Harapan Pelanggan

Dari hasil pemeringkatan nilai rata-rata skor persepsi dan harapan pelanggan, selanjutnya dihitung selisih antara Persepsi dan Harapan Pelanggan untuk mengetahui Kesenjangan (Gap)-nya. Nilai kesenjangan ini dapat dilihat pada Tabel 4.16.

Tabel 4.16 Nilai Kesenjangan Persepsi dan Harapan Pelanggan

No	Dimensi	No. Variabel	Variabel	Skor Gap Persepsi dan Harapan
1	<i>Reliability</i>	R-1	Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo pembayaran	-1,11
2		R-2	Penyampaian ISR tepat waktu	-0,74
3		R-3	Laporan gangguan ditangani dengan baik	-0,68
4		R-4	Ketepatan jam operasional	-0,29
5	<i>Responsiveness</i>	RS-1	Tanggap dalam merespon laporan	-0,58
6		RS-2	Kemudahan memperoleh informasi	-0,45
7		RS-3	Ketersediaan media komunikasi alternatif selain telepon	-0,48
8	<i>Assurance</i>	A-1	Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi	-1,16
9		A-2	Informasi tidak berubah dan tidak berbeda-beda	-0,57
10	<i>Emphaty</i>	E-1	Proaktif dalam menghubungi pelanggan	-0,55
11		E-2	Kemudahan dalam menghubungi petugas	-0,45
12	<i>Tangible</i>	T-1	Kemudahan dalam menjangkau Graha Postel	-0,25
13		T-2	Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa	-1,46
14		T-3	Ketersedian brosur/pamflet layanan	-0,20
15		T-4	Alat kerja lengkap dan sesuai standard	-0,33
16		T-5	Petugas mengenakan seragam atau identitas dinas	-0,24

Dari tabel 4.16 dapat dilihat bahwa keenam belas variabel bernilai negatif, yang artinya:

- a. Persepsi masih dibawah harapan pelanggan
- b. Semua variabel memerlukan perbaikan

Dengan mengurutkan Skor Gap dari nilai negatif terbesar sampai terkecil pada Tabel 4.16, diperoleh Tabel 4.17.

Tabel 4.17 Hasil Pengurutan Skor Gap Persepsi dan Harapan Pelanggan Terbesar ke Terkecil

No	Dimensi	No. Variabel	Variabel	Skor Gap Persepsi dan Harapan	Peringkat
1	<i>Tangible</i>	T-2	Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa	-1,46	1
2	<i>Assurance</i>	A-1	Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi	-1,16	2
3	<i>Reliability</i>	R-1	Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo pembayaran	-1,11	3
4	<i>Reliability</i>	R-2	Penyampaian ISR tepat waktu	-0,74	4
5	<i>Reliability</i>	R-3	Laporan gangguan ditangani dengan baik	-0,68	5
6	<i>Responsiveness</i>	RS-1	Tanggap dalam merespon laporan	-0,58	6
7	<i>Assurance</i>	A-2	Informasi tidak berubah dan tidak berbeda-beda	-0,57	7
8	<i>Emphaty</i>	E-1	Proaktif dalam menghubungi pelanggan	-0,55	8
9	<i>Responsiveness</i>	RS-3	Ketersediaan media komunikasi alternatif selain telepon	-0,48	9
10	<i>Emphaty</i>	E-2	Kemudahan dalam menghubungi petugas	-0,45	10
11	<i>Responsiveness</i>	RS-2	Kemudahan memperoleh informasi	-0,45	11
12	<i>Tangible</i>	T-4	Alat kerja lengkap dan sesuai standar	-0,33	12
13	<i>Reliability</i>	R-4	Ketepatan jam operasional	-0,29	13
14	<i>Tangible</i>	T-1	Kemudahan dalam menjangkau Graha Postel	-0,25	14
15	<i>Tangible</i>	T-5	Petugas mengenakan seragam atau identitas dinas	-0,24	15
16	<i>Tangible</i>	T-3	Ketersedian brosur/pamflet layanan	-0,20	16

4.3.2 Analisa *Important Performance Analysis* (IPA)

Analisa IPA dilakukan dengan memperhatikan hasil survei tingkat kepentingan variabel terhadap kinerja organisasi. Hasil survei tingkat kepentingan dapat dilihat pada Tabel 4.18.

Tabel 4.18 Hasil Skor Tingkat Kepentingan Variabel

No	Dimensi	No. Variabel	Variabel	Rata-rata Kepentingan
1	<i>Reliability</i>	R-1	Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo pembayaran	4,71
2		R-2	Penyampaian ISR tepat waktu	4,44
3		R-3	Laporan gangguan ditangani dengan baik	4,45
4		R-4	Ketepatan jam operasional	4,11
5	<i>Responsiveness</i>	RS-1	Tanggap dalam merespon laporan	4,40
6		RS-2	Kemudahan memperoleh informasi	4,26
7		RS-3	Ketersediaan media komunikasi alternatif selain telepon	4,15
8	<i>Assurance</i>	A-1	Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi	4,65
9		A-2	Informasi tidak berubah dan tidak berbeda-beda	4,32
10	<i>Emphaty</i>	E-1	Proaktif dalam menghubungi pelanggan	4,23
11		E-2	Kemudahan dalam menghubungi petugas	4,31
12	<i>Tangible</i>	T-1	Kemudahan dalam menjangkau Graha Postel	4,21
13		T-2	Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa	4,65
14		T-3	Ketersediaan brosur/pamflet layanan	3,98
15		T-4	Alat kerja lengkap dan sesuai standard	4,26
16		T-5	Petugas mengenakan seragam atau identitas dinas	4,10

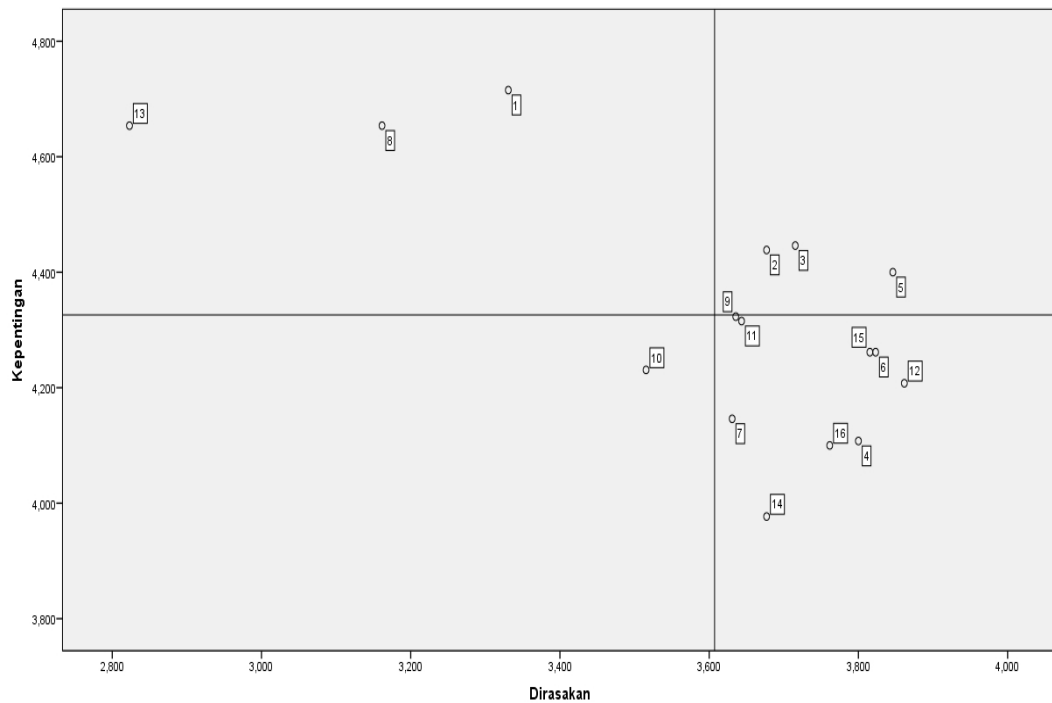
Skor kepentingan dan skor kinerja dimasukkan dalam Tabel 4.19

Tabel 4.19 Skor Kepentingan dan Kinerja Hasil Survei

No	No. Variabel	Variabel	Kepentingan	Kinerja
----	--------------	----------	-------------	---------

1	R-1	Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo pembayaran	4,71	3,33
2	R-2	Penyampaian ISR tepat waktu	4,44	3,68
3	R-3	Laporan gangguan ditangani dengan baik	4,45	3,71
4	R-4	Ketepatan jam operasional	4,11	3,80
5	RS-1	Tanggap dalam merespon laporan	4,40	3,85
6	RS-2	Kemudahan memperoleh informasi	4,26	3,82
7	RS-3	Ketersediaan media komunikasi alternatif selain telepon	4,15	3,63
8	A-1	Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi	4,65	3,16
9	A-2	Informasi tidak berubah dan tidak berbeda-beda	4,32	3,64
10	E-1	Proaktif dalam menghubungi pelanggan	4,23	3,51
11	E-2	Kemudahan dalam menghubungi petugas	4,31	3,64
12	T-1	Kemudahan dalam menjangkau Graha Postel	4,21	3,86
13	T-2	Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa	4,65	2,82
14	T-3	Ketersediaan brosur/pamflet layanan	3,98	3,68
15	T-4	Alat kerja lengkap dan sesuai standard	4,26	3,81
16	T-5	Petugas mengenakan seragam atau identitas dinas	4,10	3,76

Setelah menyandingkan skor kepentingan dan skor kinerja masing-masing pada Tabel 4.18 dan 4.19, pembuatan Diagram IPA dilakukan dengan memplot nilai kepentingan dan kinerja. Diagram IPA dibuat dengan menggunakan Program SPSS Statistic Data Editor.



Gambar 4.1 Diagram IPA kepuasan pelanggan

Dari diagram IPA diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Kuadran I. Variabel-variabel yang masuk dalam Kuadran I adalah:
 - a. Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo (R-1)
 - b. Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi (A-1)
 - c. Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa (T-2)
2. Kuadran II. Variabel-variabel yang masuk dalam Kuadran II adalah:
 - a. Penyampaian ISR tepat waktu (R-2)
 - b. Laporan gangguan ditangani dengan baik (R-3)
 - c. Tanggap dalam merespon laporan (RS-1)
3. Kuadran III. Ada 1(satu) variabel yang masuk dalam Kuadran III, yaitu: Proaktif dalam menghubungi pelanggan (E-1).
4. Kuadran IV. Variabel-variabel yang masuk dalam Kuadran IV adalah:
 - a. Ketepatan jam operasional (R-4)
 - b. Kemudahan memperoleh informasi (RS-2)
 - c. Ketersediaan media komunikasi alternatif selain telepon (RS-3)
 - d. Informasi tidak berubah dan tidak berbeda-beda (A-2)

- e. Kemudahan dalam menghubungi petugas (E-2)
- f. Kemudahan dalam menjangkau Graha Postel (T-1)
- g. Ketersediaan brosur/pamflet layanan (T-3)
- h. Alat kerja lengkap dan sesuai standard (T-4)
- i. Petugas mengenakan seragam atau identitas dinas (T-5)

Tabel 4.20 Pembagian Kuadran Sesuai IPA

Kuadran	Variabel
I (Perlu perbaikan karena kepentingan tinggi sedangkan kinerja rendah)	R-1, A-1, T-2.
II (Pertahankan karena kepentingan dan kinerja tinggi)	R-2, R-3, RS-1.
III (Prioritas rendah perbaikan karena kepentingan dan kinerja rendah)	E-1
IV (Bisa diabaikan krn kinerja lebih tinggi drpd kepentingan dan kegiatan minor)	R-4, RS-2, RS-3, A-2, E-2, T-1, T-3, T-4, dan T-5.

Sesuai hasil analisa IPA diatas, dapat dilihat bahwa variabel-variabel yang masuk dalam Kuadran I adalah:

1. Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo (R-1)
2. Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi (A-1)
3. Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa (T-2)

4.3.3 Analisa *House of Quality* (HoQ)

Dari hasil analisa Servqual dan IPA, maka variabel prioritas yang perlu perbaikan adalah:

1. Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo (R-1)
2. Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi (A-1)
3. Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa (T-2)

1. Penentuan *Final Importance Rating for Customer Needs (FIRC�)*.

Nilai *goal* dan *sales point* pada penelitian ini diperoleh dari hasil diskusi dengan pimpinan, pejabat dan 2 (dua) orang petugas pelayanan di Balmon Surabaya Surabaya. Dari hasil diskusi tersebut, diputuskan bahwa *goal* adalah skor kepentingan tiap variabel, sedangkan nilai *sales point* tiap variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.21 Nilai *Goal* dan *Sales Point* Variabel

No	Variabel	Goal	Sales point
1.	Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo	4,72	1,5
2.	Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi	4,65	1,25
3.	Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa	4,65	1

Dengan nilai *goal* dan nilai *Sales Point* seperti pada Tabel 4.21 akan didapatkan nilai *Improvement Ratio (IR)* yang merupakan fungsi *goal* dan persepsi pelanggan, sedangkan Nilai *Final Importance Rating for Customer Needs (FIRC�)* didapatkan dengan memasukkan nilai *goal*, *sales point*, dan *IR* dalam persamaan:

$$FIRC� = \quad \quad \quad (4.1)$$

Dari hasil perhitungan *FIRC�* dengan nilai *goal*, *sales point* dan *IR* pada Tabel 4.21, didapatkan nilai *FIRC�* seperti pada Tabel 4.22 di bawah ini.

Tabel 4.22 *Final Importance Rating for Customer Needs*

No	Variabel	Skor yang dirasakan	Goal	Imp. Ratio	Sales point	FIRC�
1	Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo	3,33	4,71	1,42	1,5	10,01
2	Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi	3,16	4,65	1,47	1,25	8,56
3	Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa (T-2)	2,82	4,65	1,65	1	7,67

2. Respon Teknis

Respon teknis merupakan cara instansi untuk memperbaiki variabel-variabel yang bobotnya kurang. Respon teknis diperoleh melalui diskusi bersama Kepala Kantor, Pejabat Pembuat Komitmen, Petugas Perencanaan, dan Petugas Loker. Dari diskusi tersebut, didapatkan beberapa respon teknis seperti yang dijelaskan pada Tabel 4.23.

Tabel 4.23 Respon Teknis Perbaikan

Respon Teknis	
1	Menyusun perencanaan pencetakan SPP tiap semester
2	Menginventarisir <i>contact person</i> pengguna
3	Melakukan pencetakan SPP 2 bulan sebelum jatuh tempo
4	Menginformasikan pada pengguna tentang pencetakan spp
5	Mengirim SPP pada pengguna
6	Mengkonfirmasi penerimaan SPP oleh pengguna
7	Mengupdate aturan-aturan baru secara rutin
8	Membuat tabel peraturan terbaru
9	Melakukan pelatihan layanan secara rutin
10	Mengajukan pembuatan nomor bebas pulsa
11	Menginformasikan nomor bebas pulsa pada masyarakat
12	Menyediakan operator telepon bebas pulsa

3. Matriks Hubungan

Matriks hubungan menunjukkan keeratan hubungan antara variabel dengan respon teknis dan diterjemahkan dalam nilai yang menyatakan keeratan hubungan itu. Matriks hubungan variabel dengan respon teknis dapat dilihat pada Tabel 4.24 dibawah ini.

Tabel 4.24 Matriks Hubungan Variabel

No	Matriks Hubungan Kuat (<i>Strong Relationship</i>)	Matriks Hubungan Sedang (<i>Moderate Relationship</i>)	Matriks Hubungan Lemah (<i>Weak Relationship</i>)
1	Variabel Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo memiliki keterhubungan yang kuat dengan Respon Teknis Mengkonfirmasi	Variabel Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo memiliki keterikatan yang sedang dengan Respon teknis Menginventarisir <i>contact person</i>	Variabel Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo memiliki keterhubungan yang rendah dengan Respon Teknis Menyusun perencanaan pencetakan SPP tiap semester

	penerimaan SPP oleh pengguna	pengguna	
2	Variabel Ketersediaan Nomor telepon bebas pulsa memiliki keterikatan yang kuat dengan Respon Teknis mengajukan pembuatan nomor bebas pulsa	Variabel Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo memiliki keterikatan yang sedang dengan Respon teknis Melakukan pencetakan SPP 2 bulan sebelum jatuh tempo	Variabel Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo memiliki keterhubungan yang rendah dengan Respon Teknis Membuat tabel peraturan terbaru
3		Variabel Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo memiliki keterikatan yang sedang dengan Respon teknis Menginformasikan pada pengguna tentang pencetakan spp	Variabel Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo memiliki keterhubungan yang rendah dengan Respon Teknis Melakukan pelatihan layanan secara rutin
4		Variabel Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo memiliki keterikatan yang sedang dengan Respon teknis Mengirim SPP pada pengguna	Variabel Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo memiliki keterhubungan yang rendah dengan Respon Teknis Menyediakan operator telepon bebas pulsa
5		Variabel Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo memiliki keterikatan yang sedang dengan Respon teknis Mengajukan pembuatan nomor bebas pulsa	Variabel Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi memiliki keterikatan yang rendah dengan Respon teknis Menginformasikan pada pengguna tentang pencetakan spp
6		Variabel Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo memiliki keterikatan yang sedang dengan Respon teknis Menginformasikan nomor bebas pulsa pada masyarakat	Variabel Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi memiliki keterikatan yang rendah dengan Respon teknis Mengkonfirmasi penerimaan SPP oleh pengguna
7		Variabel Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi memiliki keterikatan yang sedang dengan Respon teknis Mengupdate aturan-aturan baru	Variabel Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi memiliki keterikatan yang rendah dengan Respon teknis Membuat tabel peraturan terbaru

		secara rutin.	
8		Variabel Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi memiliki keterikatan yang sedang dengan Respon teknis Melakukan pelatihan layanan secara rutin.	Variabel Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi memiliki keterikatan yang rendah dengan Respon teknis Menyediakan operator telepon bebas pulsa
9		Variabel Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa memiliki keterikatan yang sedang dengan Respon teknis Melakukan pelatihan layanan secara rutin.	Variabel Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa memiliki keterikatan yang rendah dengan Respon teknis Menginventarisir contact person pengguna
10		Variabel Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa memiliki keterikatan yang sedang dengan Respon teknis Menginformasikan nomor bebas pulsa pada masyarakat.	Variabel Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa memiliki keterikatan yang rendah dengan Respon teknis Menginformasikan pada pengguna tentang pencetakan spp
11		Variabel Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa memiliki keterikatan yang sedang dengan Respon teknis Menyediakan operator telepon bebas pulsa	Variabel Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa memiliki keterikatan yang rendah dengan Respon teknis Mengupdate aturan-aturan baru secara rutin
12			Variabel Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa memiliki keterikatan yang rendah dengan Respon teknis Melakukan pelatihan layanan secara rutin

No	Variabel	Menyusun perencanaan pencetakan SPP tiap semester	Menginventarisir contact person pengguna	Melakukan pencetakan SPP 2 bulan sebelum jatuh tempo	Menginformasikan pada pengguna tentang pencetakan spp	Mengirim SPP pada pengguna	Mengkonfirmasi penerimaan SPP oleh pengguna	Mengupdate aturan-aturan baru secara rutin
1	Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo	Δ	O	O	O	O	⊕	
2	Pencabutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi (A-1)				Δ		Δ	O
3	Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa (T-2)		Δ	O	Δ			Δ

Gambar 4.2 Matriks hubungan variabel

Keterangan:

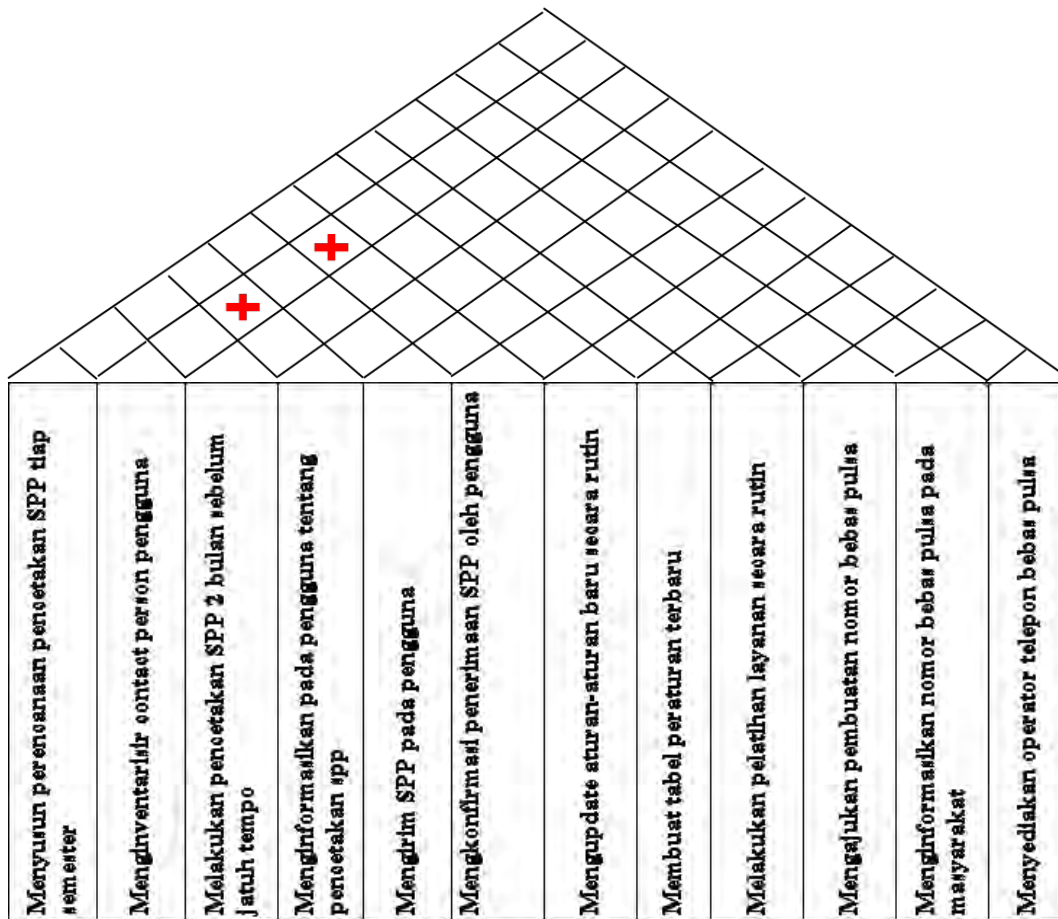
- a. Tidak berhubungan; nilai: 0; tanda “kosong”
- b. Hubungan sedikit/lemah; nilai: 1; tanda Δ
- c. Hubungan biasa; nilai 3; tanda O
- d. Hubungan kuat; nilai 9; tanda Θ

4. Korelasi Teknis

Pengaruh antar respon teknis dibuat pada tahap ini. Penentuan nilai korelasi teknis dilakukan dengan cara berdiskusi dengan PPK dan Pejabat Pengadaan. Dalam penelitian ini ada 2 (dua) korelasi positif yang sangat kuat, yaitu antara:

- a. Menginventarisir contact person pengguna dengan Menginformasikan pada pengguna tentang pencetakan spp; dan
- b. Menginventarisir contact person pengguna dengan Mengkonfirmasi penerimaan SPP oleh pengguna.

Hubungan antara ketiga raspon teknis ini dinilai sangat saling menguatkan karena dengan adanya inventarisasi contact person pengguna akan memudahkan Balmon Surabaya menginformasikan pencetakan SPP dan mengkonfirmasi penerimaan SPP oleh pengguna. Korelasi antar Respon teknis ditunjukkan Gambar 4.3. Korelasi Respon Teknis di bawah ini.



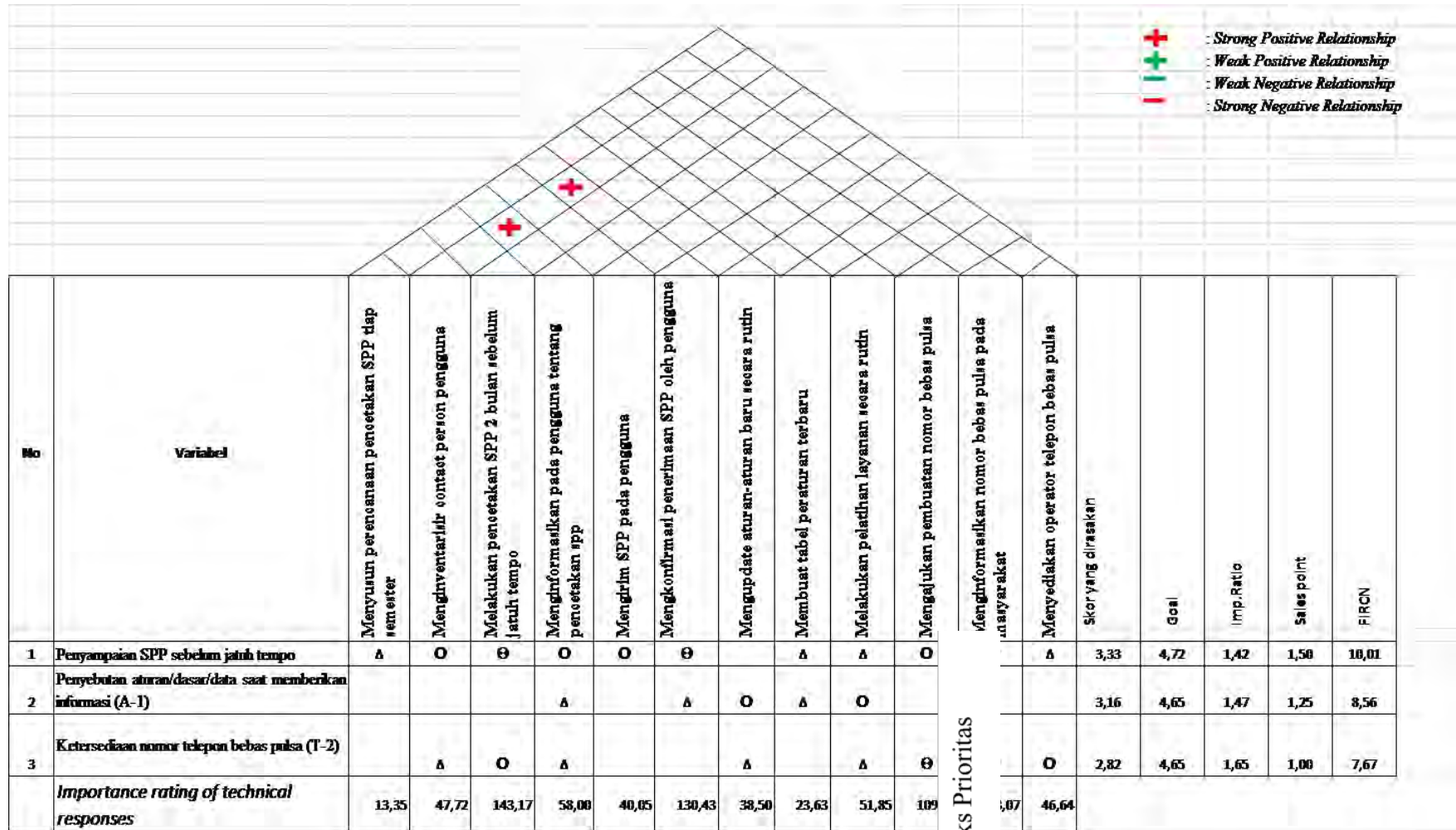
Gambar 4.3 Korelasi respon teknis

5. Matriks Prioritas

Dengan melihat total skor *Final Importance Rating of Customer Needs* pada Tabel 4.22 dan matriks hubungan variabel pada Gambar 4.2, maka matriks prioritas dapat dihitung dengan persamaan:

$$Importance\ Rating\ of\ HOW = \sum (final\ importance\ rating\ of\ WHAT \times relationship\ value\ between\ WHAT\ and\ HOW)$$

Kemudian hasilnya dimasukkan ke dalam Matriks Prioritas seperti Gambar 4.4.



Gambar 4.4 Matriks Prioritas

6. Penyusunan Matriks Prioritas

Dari analisa menggunakan HoQ, dihasilkan nilai *Importance Rating of Technical Response (IRTR)* pada Tabel 4.25.

Tabel 4.25 Nilai *Importance Rating of Technical Responses (IRTR)*

No	Respon teknis	IRTR
1	Menyusun perencanaan pencetakan SPP tiap semester	13,35
2	Menginventarisir contact person pengguna	47,72
3	Melakukan pencetakan SPP 2 bulan sebelum jatuh tempo	143,17
4	Menginformasikan pada pengguna tentang pencetakan spp	58,00
5	Mengirim SPP pada pengguna	40,05
6	Mengkonfirmasi penerimaan SPP oleh pengguna	130,43
7	Mengupdate aturan-aturan baru secara rutin	38,50
8	Membuat tabel peraturan terbaru	23,63
9	Melakukan pelatihan layanan secara rutin	51,85
10	Mengajukan pembuatan nomor bebas pulsa	109,10
11	Menginformasikan nomor bebas pulsa pada masyarakat	63,07
12	Menyediakan operator telepon bebas pulsa	46,64

Jika diurutkan dari nilai tertinggi sampai terendah, maka urutan respon teknis sesuai IRTR adalah seperti pada Tabel 4.26.

Tabel 4.26 Hasil Urutan Penilaian Matriks Prioritas

No	Respon Teknis	IRTR	Ranking
3	Melakukan pencetakan SPP 2 bulan sebelum jatuh tempo	143,17	1
6	Mengkonfirmasi penerimaan SPP oleh pengguna	130,43	2
10	Mengajukan pembuatan nomor bebas pulsa	109,1	3
11	Menginformasikan nomor bebas pulsa kepada masyarakat	63,07	4
4	Menginformasikan pada pengguna tentang pencetakan SPP	57	5
9	Melakukan pelatihan layanan secara rutin	51,85	6
2	Menginventarisir <i>contact person</i> pengguna	47,72	7
12	Menyediakan operator telepon bebas pulsa	46,64	8
5	Mengirim SPP pada pengguna	40,05	9
7	Mengupdate aturan-aturan baru secara rutin	38,5	10
8	Membuat table peraturan terbaru	23,63	11
1	Menyusun perencanaan pencetakan SPP tiap semester	13,35	12

Dari Tabel 4.26 dapat dilihat ada 3 (tiga) respon teknis yang perlu mendapatkan perhatian utama, yaitu:

- a. Melakukan pencetakan SPP 2 bulan sebelum jatuh tempo.

Respon teknis Melakukan pencetakan SPP 2 bulan sebelum jatuh tempo adalah respon teknis dengan IRTR 143,168. Dengan mencetak SPP 2 (dua) bulan sebelum jatuh tempo, maka Balmon Surabaya memiliki waktu yang cukup untuk menginformasikan dan mendistribusikan SPP pada pengguna, bagi pengguna bisa mengetahui lebih awal tentang tagihan BHP sehingga bisa mempersiapkan dan membayar tagihan sebelum jatuh tempo untuk menghindari terjadinya denda.

Pencetakan SPP 2 bulan sebelum jatuh tempo dilakukan dengan merencanakan pencetakan SPP pengguna frekuensi dalam 1 (satu) tahun pada awal tahun, mendownload data pengguna minimal 1 bulan sekali, dan membuat daftar jatuh tempo pengguna tiap bulan.

- b. Mengkonfirmasi penerimaan SPP oleh pengguna.

Respon teknis Mengkonfirmasi penerimaan SPP oleh pengguna adalah respon teknis dengan IRTR 130,428. Dengan mengkonfirmasi penerimaan SPP oleh pengguna, Balmon Surabaya bisa mengetahui status diterima atau tidaknya SPP oleh pengguna, dengan demikian Balmon Surabaya bisa memantau pembayaran oleh pengguna. bagi pengguna, SPP yang diterima bisa dijadikan dasar pembayaran piutang BHP.

Konfirmasi penerimaan SPP oleh pengguna dilakukan dengan menyusun *contact person* tiap pengguna frekuensi, menghubungi *contact person* pengguna tentang rencana pencetakan SPP, mengirimkan SPP, dan menanyakan kembali penerimaan SPP oleh pengguna.

- c. Mengajukan pembuatan nomor bebas pulsa.

Respon teknis Mengajukan pembuatan nomor bebas pulsa adalah respon teknis dengan IRTR 109,908. Dengan pengajuan pembuatan nomor bebas pulsa diharapkan pelanggan bisa menghubungi loket layanan Balmon Surabaya tanpa terbebani biaya telepon sehingga kenyamanan pelanggan bisa meningkat.

Pengajuan pembuatan nomor bebas pulsa dilakukan dengan menyusun permohonan nomor telepon bebas pulsa pada penyelenggara jasa yang bisa diakses dari semua jenis penyelenggara telekomunikasi, baik jasa *fixed* telepon, jasa seluler, atau pun penyelenggara berbasis data, membuat dan menetapkan operator dan jadwal operasi panggilan bebas pulsa, memberikan pelatihan bagi petugas operator, dan menyediakan anggaran yang cukup dengan adanya nomor bebas pulsa.

BAB 5

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisa layanan Balai Monitor Kelas I Surabaya dengan menggunakan *Servqual*, IPA, dan HoQ, kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Sesuai analisa *Servqual*, diketahui bahwa dari 16 (enam belas) variabel yang disurvei bernilai negatif, yang artinya pelanggan merasa layanan Balmon Surabaya lebih rendah daripada yang diharapkannya. Variabel dengan Gap harapan dan yang dirasakan nilai ≥ -1 adalah: Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa (nilai gap: -1,462); Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi (nilai gap: -1,162); dan Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo pembayaran (nilai gap: -1,115).
2. Dengan analisa IPA, variabel yang perlu diperbaiki yaitu variabel-variabel yang terletak pada Kuadran I, yaitu: Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo, Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi, dan Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa.
3. Dengan menggunakan HoQ, diketahui 3 (tiga) bobot kepentingan respon teknis terbesar adalah Melakukan pencetakan SPP 2 bulan sebelum jatuh tempo, Mengkonfirmasi penerimaan SPP oleh pengguna, dan Mengajukan pembuatan nomor bebas pulsa.

5.2 Saran

Dari penelitian ini, beberapa saran yang disampaikan adalah:

1. Survei kepuasan pelanggan perlu dilakukan secara berkala.
2. Perlu adanya penelitian terhadap layanan Balmon Surabaya lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akao, Yoji (1991), *Quality Function Deployment: Integrating Customer Requirement into Product Design*, Productivity Press, Portland.
- Andronikidis, A, Georgiou, Andreas C, Gotzamani K dan Kamvski T. (2009), "The application of quality function deployment in service quality management", *The TQM Journal*, Vol. 21, No. 4, hal. 319-333.
- Arikunto, Suharsimi (2006), *Metode Penelitian*, Bina Aksara, Yogyakarta.
- Balai Monitor Kelas II Surabaya (2015), *Laporan Tahunan 2014 Balai Monitor Kelas II Surabaya*, Surabaya.
- Balai Monitor Kelas II Surabaya (2016), *Laporan Tahunan 2015 Balai Monitor Kelas II Surabaya*, Surabaya.
- Balai Monitor Kelas II Surabaya (2017), *Laporan Tahunan 2016 Balai Monitor Kelas II Surabaya*, Surabaya.
- Chan, Lai Kow dan Wu, Ming Lu (2002), "Quality Function Deployment: A Literature Review", *European Journal of Operational Research*, Vol. 143, hal. 463-497.
- Direktorat Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika (2016), *Data Statistik*, Jakarta.
- Gani, I., dan Amalia, S. (2015), *Alat analisis data aplikasi statistik untuk penelitian bidang ekonomi dan sosial*, Andi, Yogyakarta.
- Gaskin, Steven P. (1993), *Voice of The Customer*, Waltham, MA. USA.
- Gerst, Robert. M. (2004), "QFD in large-scale social system redesign", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 21, No. 99, hal. 959-972.
- Gronroos, C. (1990), *Service Management And Marketing: Managing The Moment Of Truth In Service Competition*, Massachusetts, Lexington.
- Habibie, Bacharuddin J. (1999), *Undang-Undang Republik Indonesia No.36 tahun 1999 tentang Telekomunikasi*, No. 154, Jakarta.
- Herlambang, Susatyo (2016), *Manajemen Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit*, Gosyen Publishing, Yogyakarta.
- Herwanto Dene, Ikatrinasari Zulfa F, Yuliani Euis Nina Saparini (2012), "Improving The Service Quality by Using Importance Performance Analysis and House of Quality in SMK Plus Laboratorium Indonesia, Karawang", *International Journal of Engineering and Applied Sciences*.
- Huang, Yu Kai, Fan,Wei-Shang, Tsai, Ming-Shun and Ho,Ying-Hui (2015). "Using Importance-Performance Analysis in Evaluating Taiwan Blog e-Service Quality", *Journal of Economics, Business and Management*, Vol. 3, No. 3.

- Ivancevich John M, Lorenzi Peter, Skinner Steven J, dan Crosby Philip B. (1997), *Manajemen Quality and Competitiveness*, Irwin, Chicago.
- ITU (2002). *Spectrum Monitoring Handbook*, Geneva.
- Kotler, P, Lane, Keller dan Kevin (2006), *Marketing Management*, 12e, Pearson International Edition, New Jersey.
- Kurniawan, Fajar R dan Suparno (2016), *Upaya Peningkatan Pelayanan pada RSMM (Rumah Sakit Mata Masyarakat) Jawa Timur dengan SERVQUAL, KANO Model, dan QFD*, Thesis Magister, ITS, Surabaya.
- Lockamy, A.III dan Khurana, A. (1995), "QFD: Total Quality Management for new product design", *International Journal of Quality and Management*, Vol. 12, No. 6, hal. 73-84.
- Lovelock, C dan Wirtzt, J. (2007), *Services Marketing*, Pearson Prentice Hall, USA.
- Moore, H.Frazier (1988), *Hubungan Masyarakat*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nuh, Mohammad (2009), *Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika tentang Kriteria Klasifikasi Unit Pelaksana Teknis di Bidang Monitor Spektrum Frekuensi Radio*, No. 16, Jakarta.
- Parasuraman, A, Zeithmal V.A., dan Berry L.L. (1985), "A Conceptual model of Service Quality and Its Applications for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol. 4.
- Parasuraman, A, Zeithmal V.A., dan Berry L.L. (1988). "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Jurnal Retailing*, Vol 64, No. 1.
- Pemerintah Provinsi Jawa Timur (2019), www.jatimprov.go.id.
- Rangkuti, Freddy (2016), *Customer Care Excellence, Meningkatkan Kinerja Perusahaan melalui Pelayanan Prima plus Analisis Kasus Jasa Raharja*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rudiantara (2017), *Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No.15 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Bidang Monitor Spektrum Frekuensi Radio*, Jakarta.
- Rudiantara (2018), *Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No.13 tentang Tabel Alokasi Frekuensi Radio Indonesia*, Jakarta.
- Sembiring, Tifatul (2011), *Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No.18 tentang Pedoman Pembangunan Infrastruktur Sistem Pengelolaan Sumber Daya Spektrum Frkuensi Radio*, Jakarta.
- Soeprijanto, Adi dan Soemitro, Ria Asih A. (2014), *Pedoman Penyusunan Tesis 2014*. ITS, Surabaya.
- Sugiyono (2003), *Metode Penelitian Bisnis*, Pusat Bahasa Depdiknas, Bandung.
- Supriyanto, S dan Ernawaty (2010), *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*,

C.V.Andi Offset, Yogyakarta.

Suyono, Eko (2012), "Determinant Factors Affecting The Audit Quality: An Indonesian Perspective", *Global Review of Accounting and Finance*. Vol. 3, No. 2.

Tan, Kay C dan Pawitra Theresia A. (2001), *Integrating SERVQUAL and Kano's Model into QFD for Service excellence development*. MCB University Press.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius (2016), *Service, Quality, & Satisfaction*, Edisi 4, C.V. Andi Offset, Yogyakarta.

Wijaya, Tony (2011), *Manajemen Kualitas Jasa*, Permata Puri Media, Jakarta.

Yudhoyono, Bambang S. (2009), *Undang Undang Republik Indonesia No. 25 tentang Pelayanan Publik*, No 112, Jakarta.

Zeithaml, Valarie A and Parasuraman A. (2004), *Service Quality*, Marketing Science Institute, Cambridge.

Lampiran 1.A

Kuesioner

KUESIONER PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN PUBLIK BALAI MONITOR KELAS I SURABAYA DENGAN INTEGRASI *SERVICE QUALITY*, IMPORTANT PERFORMANCE ANALYSIS (IPA), DAN *HOUSE OF QUALITY (HoQ)*

Kepada Bpk/Ibu/Sdr/i Yth.

Assalamu'alaikum. Wr.Wb.

Bersama ini kami, Henry Pribadi, adalah mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Teknologi ITS yang sedang melakukan penelitian dengan judul: **“PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN PUBLIK BALAI MONITOR KELAS I SURABAYA DENGAN INTEGRASI *SERVICE QUALITY (SERVQUAL)*, *IMPORTANT PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*, DAN *HOUSE OF QUALITY (HoQ)*”**.

Sehubungan dengan penelitian dimaksud diatas, kami mohon Bpk/Ibu/Sdr/i berkenan mengisi kuesioner terlampir sebagai data untuk kami jadikan bahan pembahasan lebih lanjut. Kami sampaikan pula bahwa data yang Bpk/Ibu/Sdr/i sampaikan hanya digunakan untuk kepentingan tesis penulis di Program Studi Magister Manajemen Teknologi ITS.

Berkaitan dengan hal-hal diatas, kami mohon kesediaan Bpk/Ibu/Sdr/ agar:

1. Membaca dengan baik pertanyaan-pertanyaan sebelum mengisi kuesioner.
2. Mengisi kuesioner (1) dan (2).
3. Mengirim kembali response atas kuesioner tersebut ke :
 - a. email henrypribadi6000@gmail.com; atau
 - b. Henry Pribadi dengan alamat: Graha Postel. Jl Ketintang Baru I No.22 Surabaya; atau
 - c. Fax ke (031) 8292365 Up.Henry Pribadi; atau
 - d. Jika masih terkendala lain, silahkan hubungi kami di 081232399911.

Atas segala perhatian dan bantuannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Henry Pribadi

Lampiran 1.B

Kuesioner

PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN PUBLIK BALAI MONITOR KELAS I SURABAYA

I. Data Responden

Isikan dengan tanda "X" pada (...).

1. Jenis kelamin

- (...) Pria
(...) Wanita

2. Umur

- (...) 17-24 Tahun
(...) 25-34 Tahun
(...) 35-44 Tahun
(...) 45-54 Tahun
(...) 55-64 Tahun
(...) lainnya..

3. Pilih jenis penggunaan frekuensi (bisa keduanya)

- (...) Penyiaran
(...) non penyiaran

4. Tujuan surat-menyurat (bisa lebih dari 1)

- (...) Kediri
(...) Malang
(...) Surabaya

II. Identifikasi kepuasan dan kepentingan

- Berilah penilaian layanan dan tingkat kepentingan layanan sesuai dengan kolom "yang diharapkan", "yang dirasakan", dan "kepentingan"
- Beri tanda "X" pada salah satu kolom yang sesuai dengan skala sikap di bawah ini.

Skala sikap untuk kolom "yang diharapkan"	Skala sikap untuk kolom "yang dirasakan"	Skala sikap untuk kolom "kepentingan"
1 : Sangat rendah	1 : Sangat tidak memuaskan	1 : Sangat tidak penting
2 : Rendah	2 : Tidak memuaskan	2 : Tidak penting
3 : Cukup	3 : Cukup Memuaskan	3 : Cukup penting
4 : Tinggi	4 : Memuaskan	4 : Penting
5 : Sangat tinggi	5 : Sangat memuaskan	5 : Sangat penting

No	Variabel	Yang diharapkan					Yang dirasakan					Kepentingan				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
A. Reliability (Keandalan)																
1.	Penyampaian SPP sebelum jatuh tempo pembayaran															
2.	Penyampaian ISR tepat waktu															
3.	Laporan gangguan ditangani dengan baik															
4.	Ketepatan jam operasional															

halaman 1 dari 2

No	Variabel	Yang diharapkan					Yang dirasakan					Kepentingan				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
B. Responsiveness (Ketanggapan)																
5.	Tanggap dalam merespon laporan															
6.	Kemudahan memperoleh informasi															
7.	Ketersediaan media komunikasi alternatif selain telepon															
C. Assurance (Jaminan)																
8.	Penyebutan aturan/dasar/data saat memberikan informasi															
9.	Informasi tidak berubah dan tidak berbeda-beda															
D. Emphaty (empati)																
10.	Proaktif dalam menghubungi pelanggan															
11.	Kemudahan dalam menghubungi petugas															
E. Tangible (berwujud)																
12.	Kemudahan dalam menjangkau Graha Postel															
13.	Ketersediaan nomor telepon bebas pulsa															
14.	Ketersediaan brosur/pamflet layanan															
15.	Alat kerja lengkap dan sesuai standard															
16.	Petugas mengenakan seragam atau identitas dinas															

halaman 2 dari 2

Lampiran 2
Uji Validitas dan Reliabilitas Harapan Pelanggan

Correlations

Correlations

		R_1	R_2	R_3	R_4	RS_1	RS_2	RS_3	A_1	A_2	E_1
R_1	Pearson Correlation	1	,919*	,767*	,632*	,302	,527**	,659*	,555*	,620*	,151
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,105	,003	,000	,001	,000	,426
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
R_2	Pearson Correlation	,919*	1	,795*	,671*	,302	,470**	,596*	,523*	,626*	,085
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,105	,009	,001	,003	,000	,656
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
R_3	Pearson Correlation	,767*	,795*	1	,650*	,220	,416*	,492*	,383*	,387*	,072
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,243	,022	,006	,037	,035	,705
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
R_4	Pearson Correlation	,632*	,671*	,650*	1	,473*	,534**	,644*	,650*	,624*	,394*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,008	,002	,000	,000	,000	,031
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
RS_1	Pearson Correlation	,302	,302	,220	,473*	1	,338	,575*	,494*	,603*	,514*
	Sig. (2-tailed)	,105	,105	,243	,008		,067	,001	,005	,000	,004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
RS_2	Pearson Correlation	,527*	,470*	,416*	,534*	,338	1	,615*	,584*	,499*	,280
	Sig. (2-tailed)	,003	,009	,022	,002	,067		,000	,001	,005	,134
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
RS_3	Pearson Correlation	,659*	,596*	,492*	,644*	,575*	,615**	1	,712*	,898*	,265
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,006	,000	,001	,000		,000	,000	,157
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
A_1	Pearson	,555*	,523*	,383*	,650*	,494*	,584**	,712*	1	,749*	,381*

	Correlation	*	*		*	*		*	*		*
	Sig. (2-tailed)	,001	,003	,037	,000	,005	,001	,000		,000	,038
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
A_2	Pearson Correlation	,620*	,626*	,387*	,624*	,603*	,499**	,898*	,749*	1	,310
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,035	,000	,000	,005	,000	,000		,095
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
E_1	Pearson Correlation	,151	,085	,072	,394*	,514*	,280	,265	,381*	,310	1
	Sig. (2-tailed)	,426	,656	,705	,031	,004	,134	,157	,038	,095	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
E_2	Pearson Correlation	,204	,219	,259	,528*	,493*	,281	,498*	,349	,453*	,627*
	Sig. (2-tailed)	,280	,244	,167	,003	,006	,132	,005	,059	,012	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
T_1	Pearson Correlation	,421*	,457*	,293	,531*	,432*	,405*	,701*	,689*	,745*	,476*
	Sig. (2-tailed)	,021	,011	,116	,003	,017	,027	,000	,000	,000	,008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
T_2	Pearson Correlation	,323	,337	,272	,493*	,227	,455*	,371*	,639*	,483*	,383*
	Sig. (2-tailed)	,082	,069	,146	,006	,228	,011	,044	,000	,007	,037
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
T_3	Pearson Correlation	,387*	,399*	,437*	,624*	,149	,627**	,491*	,576*	,481*	,429*
	Sig. (2-tailed)	,034	,029	,016	,000	,432	,000	,006	,001	,007	,018
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
T_4	Pearson Correlation	,307	,336	,172	,573*	,320	,573**	,331	,668*	,444*	,445*
	Sig. (2-tailed)	,099	,069	,362	,001	,085	,001	,074	,000	,014	,014
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
T_5	Pearson Correlation	,527*	,470*	,416*	,534*	,338	1,000*	,615*	,584*	,499*	,280
	Sig. (2-tailed)	,003	,009	,022	,002	,067	,000	,000	,001	,005	,134
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,719*	,708*	,606*	,830*	,583*	,746**	,819*	,834*	,818*	,543*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Correlations

	E_2	T_1	T_2	T_3	T_4	T_5	TOTAL
R_1 Pearson Correlation	,204	,421*	,323	,387*	,307	,527**	,719**

	Sig. (2-tailed)	,280	,021	,082	,034	,099	,003	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
R_2	Pearson Correlation	,219	,457*	,337	,399*	,336	,470**	,708**
	Sig. (2-tailed)	,244	,011	,069	,029	,069	,009	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
R_3	Pearson Correlation	,259	,293	,272	,437*	,172	,416*	,606**
	Sig. (2-tailed)	,167	,116	,146	,016	,362	,022	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
R_4	Pearson Correlation	,528**	,531**	,493**	,624**	,573**	,534**	,830**
	Sig. (2-tailed)	,003	,003	,006	,000	,001	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
RS_1	Pearson Correlation	,493**	,432*	,227	,149	,320	,338	,583**
	Sig. (2-tailed)	,006	,017	,228	,432	,085	,067	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
RS_2	Pearson Correlation	,281	,405*	,455*	,627**	,573**	1,000**	,746**
	Sig. (2-tailed)	,132	,027	,011	,000	,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
RS_3	Pearson Correlation	,498**	,701**	,371*	,491**	,331	,615**	,819**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,044	,006	,074	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
A_1	Pearson Correlation	,349	,689**	,639**	,576**	,668**	,584**	,834**
	Sig. (2-tailed)	,059	,000	,000	,001	,000	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
A_2	Pearson Correlation	,453*	,745**	,483**	,481**	,444*	,499**	,818**
	Sig. (2-tailed)	,012	,000	,007	,007	,014	,005	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
E_1	Pearson Correlation	,627**	,476**	,383*	,429*	,445*	,280	,543**
	Sig. (2-tailed)	,000	,008	,037	,018	,014	,134	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30
E_2	Pearson Correlation	1	,445*	,241	,495**	,310	,281	,581**
	Sig. (2-tailed)		,014	,200	,005	,096	,132	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
T_1	Pearson Correlation	,445*	1	,701**	,601**	,502**	,405*	,773**
	Sig. (2-tailed)	,014		,000	,000	,005	,027	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
T_2	Pearson Correlation	,241	,701**	1	,757**	,668**	,455*	,691**
	Sig. (2-tailed)	,200	,000		,000	,000	,011	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
T_3	Pearson Correlation	,495**	,601**	,757**	1	,675**	,627**	,772**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
T_4	Pearson Correlation	,310	,502**	,668**	,675**	1	,573**	,697**
	Sig. (2-tailed)	,096	,005	,000	,000		,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
T_5	Pearson	,281	,405*	,455*	,627**	,573**	1	,746**

	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,132	,027	,011	,000	,001		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson							
L	Correlation	,581**	,773**	,691**	,772**	,697**	,746**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,935	16

Lampiran 3

Uji Validitas dan Reliabilitas Yang Dirasakan Pelanggan

Correlations

Correlations

		R 1	R 2	R 3	R 4	RS 1	RS 2	RS 3	A 1	A 2	E 1
R_1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 30	,808** ,000 30	,451* ,012 30	,602** ,000 30	,512** ,004 30	,594** ,001 30	,479** ,007 30	,397* ,030 30	,335 ,070 30	,252 ,178 30
R_2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,808** ,000 30	1 30	,483** ,007 30	,688** ,000 30	,671** ,000 30	,623** ,000 30	,460* ,011 30	,358 ,052 30	,435* ,016 30	,257 ,170 30
R_3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,451* ,012 30	,483** ,007 30	1 30	,505** ,004 30	,523** ,003 30	,468** ,009 30	,506** ,004 30	,261 ,164 30	,262 ,162 30	,244 ,194 30
R_4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,602** ,000 30	,688** ,000 30	,505** ,004 30	1 30	,775** ,000 30	,707** ,000 30	,692** ,000 30	,466** ,009 30	,454* ,012 30	,504** ,005 30
RS_1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,512** ,004 30	,671** ,000 30	,523** ,003 30	,775** ,000 30	1 30	,707** ,000 30	,708** ,000 30	,583** ,001 30	,582** ,001 30	,561** ,001 30
RS_2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,594** ,001 30	,623** ,000 30	,468** ,009 30	,707** ,000 30	,707** ,000 30	1 30	,697** ,000 30	,506** ,004 30	,465** ,010 30	,484** ,007 30
RS_3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,479** ,007 30	,460* ,011 30	,506** ,004 30	,692** ,000 30	,708** ,000 30	,697** ,000 30	1 30	,690** ,000 30	,632** ,000 30	,710** ,000 30
A_1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,397* ,030 30	,358 ,052 30	,261 ,164 30	,466** ,009 30	,583** ,001 30	,506** ,004 30	,690** ,000 30	1 30	,805** ,000 30	,666** ,000 30

A_2	Pearson Correlation	,335	,435*	,262	,454*	,582**	,465**	,632**	,805**	1	,510**
	Sig. (2-tailed)	,070	,016	,162	,012	,001	,010	,000	,000		,004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
E_1	Pearson Correlation	,252	,257	,244	,504**	,561**	,484**	,710**	,666**	,510**	1
	Sig. (2-tailed)	,178	,170	,194	,005	,001	,007	,000	,000	,004	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
E_2	Pearson Correlation	,512**	,346	,457*	,559**	,648**	,619**	,785**	,720**	,582**	,765**
	Sig. (2-tailed)	,004	,061	,011	,001	,000	,000	,000	,000	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
T_1	Pearson Correlation	,320	,406*	,395*	,304	,428*	,351	,499**	,419*	,323	,297
	Sig. (2-tailed)	,085	,026	,031	,102	,018	,057	,005	,021	,082	,111
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
T_2	Pearson Correlation	,357	,377*	,300	,263	,482**	,485**	,516**	,576**	,419*	,591**
	Sig. (2-tailed)	,053	,040	,108	,160	,007	,007	,004	,001	,021	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
T_3	Pearson Correlation	,232	,264	,294	,262	,351	,447*	,446*	,435*	,311	,572**
	Sig. (2-tailed)	,217	,159	,115	,162	,058	,013	,013	,016	,094	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
T_4	Pearson Correlation	,185	,352	,428*	,470**	,441*	,464**	,660**	,393*	,363*	,586**
	Sig. (2-tailed)	,328	,057	,018	,009	,015	,010	,000	,032	,048	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
T_5	Pearson Correlation	,403*	,445*	,601**	,464**	,668**	,573**	,685**	,543**	,525**	,609**
	Sig. (2-tailed)	,027	,014	,000	,010	,000	,001	,000	,002	,003	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,663**	,704**	,620**	,754**	,829**	,792**	,871**	,766**	,695**	,740**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Correlations

	E_2	T_1	T_2	T_3	T_4	T_5	TOTAL
R_1 Pearson Correlation	,512**	,320	,357	,232	,185	,403*	,663**
Sig. (2-tailed)	,004	,085	,053	,217	,328	,027	,000
N	30	30	30	30	30	30	30
R_2 Pearson Correlation	,346	,406*	,377*	,264	,352	,445*	,704**

	Sig. (2-tailed)	,061	,026	,040	,159	,057	,014	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
R_3	Pearson Correlation	,457*	,395*	,300	,294	,428*	,601**	,620**
	Sig. (2-tailed)	,011	,031	,108	,115	,018	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
R_4	Pearson Correlation	,559**	,304	,263	,262	,470**	,464**	,754**
	Sig. (2-tailed)	,001	,102	,160	,162	,009	,010	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
RS_1	Pearson Correlation	,648**	,428*	,482**	,351	,441*	,668**	,829**
	Sig. (2-tailed)	,000	,018	,007	,058	,015	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
RS_2	Pearson Correlation	,619**	,351	,485**	,447*	,464**	,573**	,792**
	Sig. (2-tailed)	,000	,057	,007	,013	,010	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
RS_3	Pearson Correlation	,785**	,499**	,516**	,446*	,660**	,685**	,871**
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,004	,013	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
A_1	Pearson Correlation	,720**	,419*	,576**	,435*	,393*	,543**	,766**
	Sig. (2-tailed)	,000	,021	,001	,016	,032	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
A_2	Pearson Correlation	,582**	,323	,419*	,311	,363*	,525**	,695**
	Sig. (2-tailed)	,001	,082	,021	,094	,048	,003	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
E_1	Pearson Correlation	,765**	,297	,591**	,572**	,586**	,609**	,740**
	Sig. (2-tailed)	,000	,111	,001	,001	,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
E_2	Pearson Correlation	1	,428*	,596**	,426*	,358	,668**	,816**
	Sig. (2-tailed)		,018	,001	,019	,052	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
T_1	Pearson Correlation	,428*	1	,507**	,606**	,250	,218	,577**
	Sig. (2-tailed)	,018		,004	,000	,182	,247	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
T_2	Pearson Correlation	,596**	,507**	1	,617**	,427*	,642**	,712**
	Sig. (2-tailed)	,001	,004		,000	,019	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
T_3	Pearson Correlation	,426*	,606**	,617**	1	,408*	,298	,600**
	Sig. (2-tailed)	,019	,000	,000		,025	,109	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
T_4	Pearson Correlation	,358	,250	,427*	,408*	1	,648**	,634**
	Sig. (2-tailed)	,052	,182	,019	,025		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
T_5	Pearson Correlation	,668**	,218	,642**	,298	,648**	1	,776**
	Sig. (2-tailed)	,000	,247	,000	,109	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTA	Pearson	,816**	,577**	,712**	,600**	,634**	,776**	1

L	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,935	16

Lampiran 4

Uji Validitas dan Reliabilitas Kepentingan Pelanggan

Correlations

Notes

Output Created	01-NOV-2019 11:02:53	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	30
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=R_1 R_2 R_3 R_4 RS_1 RS_2 RS_3 A_1 A_2 E_1 E_2 T_1 T_2 T_3 T_4 T_5 TOTAL /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,02

Correlations

		R_1	R_2	R_3	R_4	RS_1	RS_2	RS_3	A_1	A_2	E_1
R_1	Pearson Correlation	1	,547**	,273	,286	,293	,316	,368*	,220	,259	,203
	Sig. (2-tailed)		,002	,145	,126	,117	,089	,046	,242	,167	,282
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
R_2	Pearson Correlation	,547**	1	,482**	,292	,633**	,323	,171	,185	,336	,494**
	Sig. (2-tailed)	,002		,007	,117	,000	,082	,366	,328	,069	,006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
R_3	Pearson Correlation	,273	,482**	1	,333	,433*	,368*	,195	-,042	,255	,141
	Sig. (2-tailed)	,145	,007		,072	,017	,045	,302	,825	,173	,458
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
R_4	Pearson Correlation	,286	,292	,333	1	,247	,412*	,159	,124	,097	,609**
	Sig. (2-tailed)	,126	,117	,072		,188	,024	,400	,512	,609	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

RS_1	Pearson Correlation	,293	,633**	,433*	,247	1	,558**	,270	,463*	,885**	,366*
	Sig. (2-tailed)	,117	,000	,017	,188		,001	,149	,010	,000	,047
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
RS_2	Pearson Correlation	,316	,323	,368*	,412*	,558**	1	,545**	,404*	,494**	,576**
	Sig. (2-tailed)	,089	,082	,045	,024	,001		,002	,027	,006	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
RS_3	Pearson Correlation	,368*	,171	,195	,159	,270	,545**	1	,174	,338	,126
	Sig. (2-tailed)	,046	,366	,302	,400	,149	,002		,357	,067	,506
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
A_1	Pearson Correlation	,220	,185	-,042	,124	,463*	,404*	,174	1	,625**	,332
	Sig. (2-tailed)	,242	,328	,825	,512	,010	,027	,357		,000	,073
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
A_2	Pearson Correlation	,259	,336	,255	,097	,885**	,494**	,338	,625**	1	,144
	Sig. (2-tailed)	,167	,069	,173	,609	,000	,006	,067	,000		,449
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
E_1	Pearson Correlation	,203	,494**	,141	,609**	,366*	,576**	,126	,332	,144	1
	Sig. (2-tailed)	,282	,006	,458	,000	,047	,001	,506	,073	,449	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
E_2	Pearson Correlation	,346	,331	,094	,369*	,355	,557**	,648**	,247	,314	,612**
	Sig. (2-tailed)	,061	,074	,619	,045	,055	,001	,000	,188	,091	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
T_1	Pearson Correlation	,084	,235	-,089	,391*	,206	,280	-,084	,422*	,106	,704**
	Sig. (2-tailed)	,661	,211	,639	,033	,274	,135	,661	,020	,576	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
T_2	Pearson Correlation	,341	,349	,099	,397*	,172	,256	-,263	,436*	,068	,727**
	Sig. (2-tailed)	,065	,059	,601	,030	,363	,172	,160	,016	,722	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
T_3	Pearson Correlation	,222	,247	,028	,464**	,114	,369*	-,024	,316	,029	,766**
	Sig. (2-tailed)	,238	,188	,882	,010	,549	,045	,899	,089	,880	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
T_4	Pearson Correlation	,298	,398*	,162	,660**	,393*	,436*	,005	,448*	,265	,748**
	Sig. (2-tailed)	,109	,029	,392	,000	,032	,016	,979	,013	,157	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
T_5	Pearson Correlation	,277	,479**	,195	,716**	,495**	,330	,179	,372*	,338	,620**
	Sig. (2-tailed)	,139	,007	,302	,000	,005	,075	,343	,043	,067	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

TOTAL	Pearson Correlation	,507**	,615**	,337	,646**	,630**	,683**	,327	,567**	,500**	,833**
L	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,068	,000	,000	,000	,078	,001	,005	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Correlations

		E 2	T 1	T 2	T 3	T 4	T 5	TOTAL
R_1	Pearson Correlation	,346	,084	,341	,222	,298	,277	,507**
	Sig. (2-tailed)	,061	,661	,065	,238	,109	,139	,004
	N	30	30	30	30	30	30	30
R_2	Pearson Correlation	,331	,235	,349	,247	,398*	,479**	,615**
	Sig. (2-tailed)	,074	,211	,059	,188	,029	,007	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
R_3	Pearson Correlation	,094	-,089	,099	,028	,162	,195	,337
	Sig. (2-tailed)	,619	,639	,601	,882	,392	,302	,068
	N	30	30	30	30	30	30	30
R_4	Pearson Correlation	,369*	,391*	,397*	,464**	,660**	,716**	,646**
	Sig. (2-tailed)	,045	,033	,030	,010	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
RS_1	Pearson Correlation	,355	,206	,172	,114	,393*	,495**	,630**
	Sig. (2-tailed)	,055	,274	,363	,549	,032	,005	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
RS_2	Pearson Correlation	,557**	,280	,256	,369*	,436*	,330	,683**
	Sig. (2-tailed)	,001	,135	,172	,045	,016	,075	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
RS_3	Pearson Correlation	,648**	-,084	-,263	-,024	,005	,179	,327
	Sig. (2-tailed)	,000	,661	,160	,899	,979	,343	,078
	N	30	30	30	30	30	30	30
A_1	Pearson Correlation	,247	,422*	,436*	,316	,448*	,372*	,567**
	Sig. (2-tailed)	,188	,020	,016	,089	,013	,043	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
A_2	Pearson Correlation	,314	,106	,068	,029	,265	,338	,500**
	Sig. (2-tailed)	,091	,576	,722	,880	,157	,067	,005
	N	30	30	30	30	30	30	30
E_1	Pearson Correlation	,612**	,704**	,727**	,766**	,748**	,620**	,833**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
E_2	Pearson Correlation	1	,523**	,225	,522**	,484**	,538**	,704**
	Sig. (2-tailed)		,003	,231	,003	,007	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
T_1	Pearson Correlation	,523**	1	,627**	,796**	,660**	,543**	,685**
	Sig. (2-tailed)	,003		,000	,000	,000	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
T_2	Pearson Correlation	,225	,627**	1	,762**	,695**	,434*	,673**

	Sig. (2-tailed)	,231	,000		,000	,000	,017	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
T_3	Pearson Correlation	,522**	,796**	,762**	1	,808**	,569**	,747**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000		,000	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
T_4	Pearson Correlation	,484**	,660**	,695**	,808**	1	,839**	,850**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
T_5	Pearson Correlation	,538**	,543**	,434*	,569**	,839**	1	,788**
	Sig. (2-tailed)	,002	,002	,017	,001	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,704**	,685**	,673**	,747**	,850**	,788**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

		Notes
Output Created		01-NOV-2019 11:06:30
Comments		
Input	Data	C:\Users\User\Documents\henry's\IS2MMT\tesisku\Finalisasi Tesis\perbaikan total\DATA UJI VALID N RELI KEPENTINGAN.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	30
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=R_1 R_2 R_3 R_4 RS_1 RS_2 RS_3 A_1 A_2 E_1 E_2 T_1 T_2 T_3 T_4 T_5 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,00

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,900	16

Lampiran 5
Hasil Survei yang Diharapkan Pelanggan

No. Sample	<i>Reliability</i>				<i>Responsiveness</i>			<i>Assurance</i>		<i>Emphaty</i>		<i>Tangible</i>				
	R-1	R-2	R-3	R-4	RS-1	RS-2	RS-3	A-1	A-2	E-1	E-2	T-1	T-2	T-3	T-4	T-5
1	3	3	3	3	5	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5
2	5	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	3	3	3	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
10	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	4
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	3
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
13	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	4	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5
16	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4
17	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
18	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
19	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3
20	3	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
51	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
52	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
62	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4
63	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4
64	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3
67	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
69	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3
72	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3

74	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
78	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
85	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
86	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4
87	5	4	4	4	5	3	3	4	5	3	3	3	5	4	4	5
88	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
89	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
90	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
91	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5
92	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
93	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5
94	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4
95	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
96	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4
97	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
98	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	3	3	3
99	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	3	3	5

100	4	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	5	3	5	4
101	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	3
102	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
103	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	5	5	3	3	5	5
104	5	5	5	4	5	4	3	4	5	5	5	5	3	3	4	3
105	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	3	5	3
106	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5
107	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	4	4	5	3	5	4
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
109	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	5	3
110	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	3	4	4
111	5	4	5	3	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4
112	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
114	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4
115	4	4	5	3	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
116	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3
117	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
118	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
120	5	4	5	4	4	4	3	4		4	4	4	4	4	4	4
121	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
122	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
124	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
125	4	4	5	4	5	4	3	4	4	5	3	5	4	3	5	4

126	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
127	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4
128	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
129	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	3
130	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Lampiran 6

Hasil Survei Persepsi Pelanggan

No. Sample	<i>Reliability</i>				<i>Responsiveness</i>			<i>Assurance</i>		<i>Emphaty</i>		<i>Tangible</i>				
	R-1	R-2	R-3	R-4	RS-1	RS-2	RS-3	A-1	A-2	E-1	E-2	T-1	T-2	T-3	T-4	T-5
1	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
2	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	3	3	3	5	5
6	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
7	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
9	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
10	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4
11	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	1	2	4	4
12	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
13	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	5	5	5	5	5	5	5	3	2	5	5	5	5	5	5	5
15	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4
17	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3
18	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3
19	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	3
20	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5

47	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5
48	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4
49	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
50	3	3	3	3	4	4	3	3	5	4	4	5	3	5	5	5
51	3	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4
52	3	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4
53	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
54	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4
55	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
56	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	3	5	5	5
57	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
58	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4
59	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
60	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3
61	3	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4
62	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4
63	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4
64	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
65	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
66	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
67	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
68	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
69	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4
70	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3
71	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
72	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4

1

73	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3
74	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
75	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
76	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4
77	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
78	3	4	4	4	5	5	5	3	5	4	4	4	3	4	4	4
79	3	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4
80	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
81	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
82	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
83	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3
84	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3
85	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	3	2	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	4	3	3
87	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3
88	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4
89	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	4	3	3
90	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3
91	3	2	2	3	4	4	4	3	2	2	4	4	2	2	3	3
92	4	4	5	4	4	4	4	2	2	2	3	3	2	4	3	3
93	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3
94	2	2	3	4	4	5	4	3	3	5	5	4	2	5	4	5
95	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	4	4	4
96	4	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	4	2	4	3	3
97	3	3	2	4	2	3	3	2	3	2		4	2	3	3	3
98	3	3	3	4	4	3	3	2	4	3	3	4	2	4	4	4

99	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3
100	3	3	4	4	3	3	3	2	3	2	2	4	2	3	4	4
101	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	4	4	4
102	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	3
103	2	2	3	4	3	2	2	2	3	2	2	4	2	4	3	4
104	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	4	2	3	4	4
105	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	2	2	4	3
106	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	4	3
107	3	3	3	4	3	2	3	2	3	2	4	4	2	3	4	4
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
109	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	4	3
110	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4
111	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	2	4	3	3
112	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4
114	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	4	2	4	3	3
115	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4
116	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	4
117	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	4
118	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	5	2	3	4	4
119	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
120	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
121	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	4	4	3
122	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
123	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3
124	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	4	2	3	3	3

125	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	2	4	4	3
126	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
127	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	2	4	4	3
128	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	2	4	3	3
129	3	3	4	3	3	3	2	3		3	2	4	2	3	3	3
130	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3

Lampiran 7

Hasil Survei Kepentingan Pelanggan

No. Sample	<i>Reliability</i>				<i>Responsiveness</i>			<i>Assurance</i>		<i>Emphaty</i>		<i>Tangible</i>				
	R-1	R-2	R-3	R-4	RS-1	RS-2	RS-3	A-1	A-2	E-1	E-2	T-1	T-2	T-3	T-4	T-5
1	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4	2	3	2	3	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5
6	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	3
7	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4
11	5	3	4	4	4	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
17	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4
18	5	5	5	4	5	4	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4
19	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5

20	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	5
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
25	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
26	5	5	5	5	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5
27	5	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4	2	3	2	3	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
29	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
30	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
32	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
33	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
36	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
37	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
38	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3
39	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
40	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
41	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
42	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3	3	3
43	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4
45	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4

46	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
47	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
51	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
52	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
53	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
54	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4
56	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
59	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
60	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
61	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
62	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5
63	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5
64	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
65	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
66	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
67	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
68	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
69	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
70	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
71	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4

98	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	3	3	3
99	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4
100	4	5	5	4	5	5	3	5	3	5	5	5	5	3	5	4
101	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4
102	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4
103	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	4	5	5
104	5	5	5	4	5	3	2	4	5	5	5	5	3	3	4	3
105	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	5	3
106	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5
107	5	4	4	4	5	5	3	4	5	5	4	4	4	3	5	4
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
109	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	5	3
110	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	3	5	4
111	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3
112	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
114	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	4	5	4
115	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
116	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
117	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	3
118	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
120	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
121	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
122	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4

124	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
125	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	3	5	5
126	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
127	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5
128	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	3
129	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	3
130	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

