

## ANALISIS KESENJANGAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PENGUNJUNG PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS DIPONEGORO

Dedy Douglas Harianja<sup>1</sup>, Rita Rahmawati<sup>2</sup>, Moch. Abdul Mukid<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Jurusan Statistika FSM UNDIP

<sup>2,3</sup>Staff Pengajar Jurusan Statistika FSM UNDIP

### ABSTRACT

Good quality service is not based on the perception of the service provider, but based on the perception of service users. If the service received exceed the expectations of users, the quality of service perceived as an ideal quality. This study aimed to analyze the quality of service to visitors to Diponegoro University library based on five variables dimensions of service quality (Service Quality), namely Tangibels, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy. Collecting data in this study using a questionnaire distributed to 97 students as respondents. The sampling method used was accidental sampling sampling method. The data obtained and analyzed using Importance Performance Analysis (IPA) and the Customer Satisfaction Index (CSI). Based on this research, calculations showed that all Service Quality indicator variable is negative, which means that all services provided is still below the expectations of library visitors. While the Cartesian diagram shows that there are four indicator variables are in quadrant Concentrate Here is the complete collection, ease of finding references, employee awareness of the needs of visitors, and the friendliness and courtesy of service that means should gradually be corrected immediately. Value Customer Satisfaction Index (CSI) of 72% which means that the overall level of visitor satisfaction is the criterion satisfied.

**Keywords:** Service Quality, Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction Index

### 1. PENDAHULUAN

Pada era teknologi dan informasi yang modern seperti ini, perguruan tinggi yang bergerak di bidang edukasi dan informasi dituntut mampu meningkatkan pelayanan di bidang pendidikan. Perguruan tinggi harus berupaya ikut serta meningkatkan kualitas layanan pendidikan, karena kualitas pelayanan pendidikan merupakan usaha yang dapat meningkatkan citra perguruan tinggi tersebut, khususnya mahasiswa. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik tidak berdasarkan persepsi penyedia jasa, akan tetapi berdasarkan persepsi pengguna<sup>[2]</sup>.

Universitas Diponegoro merupakan salah satu perguruan tinggi yang menyediakan jasa di bidang perpustakaan yang menjadi sarana penunjang akademik yang dibutuhkan pengguna seperti mahasiswa. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan minat berkunjung mahasiswa ke perpustakaan Universitas Diponegoro.

Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa. Salah satu model kualitas jasa yang banyak digunakan saat ini adalah model SERVQUAL (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Model SERVQUAL yang juga dikenal dengan istilah *Gap Analysis Model* yang berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan dengan menegaskan bahwa bila kinerja pada suatu atribut meningkat lebih besar daripada harapan atas atribut yang bersangkutan, maka persepsi terhadap kualitas jasa akan positif dan sebaliknya.

### 2. TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Dimensi Kualitas Jasa SERVQUAL (*Service Quality*)

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang populer dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman *et al.* (1983)<sup>[4]</sup>. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang diterima. Menurut Parasuraman *et al.* (1991) ada lima dimensi pokok dalam memberikan pelayanan yang *excellent* yang perlu mendapat perhatian utama yaitu<sup>[5]</sup>:

- a. *Tangible* yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. *Empathy* yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian secara pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan.
- c. *Responsiveness* yaitu pegawai membantu para pelanggan dalam memberikan pelayanan yang baik.
- d. *Reliability* yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, handal dan memuaskan.
- e. *Assurance* yaitu memberikan layanan yang mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh pegawai.

## 2.2 Analisis Kesenjangan Kualitas Jasa SERVQUAL

Model SERVQUAL yang juga dikenal dengan model analisis kesenjangan merupakan penilaian antara harapan dengan kinerja. Menurut Parasuraman *et al.* (1985) ada 5 hal kesenjangan yang dapat menyebabkan kegagalan penyampaian jasa dan akan berpengaruh terhadap kualitas jasa<sup>[5]</sup>. Adapun kelima kesenjangan (gap) sebagai berikut:

- a. Gap pertama (persepsi manajemen) adalah adanya perbedaan antara penilaian dan pelayanan menurut pengguna jasa.
- b. Gap kedua (spesifikasi kualitas) adalah kesenjangan antara persepsi antara manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa.
- c. Gap ketiga (penyampaian pelayanan) adalah kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*service delivery*).
- d. Gap keempat (komunikasi pemasaran) adalah kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi internal. Ekspektasi pelanggan mengenai kualitas pelayanan dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat perusahaan mengenai komunikasi pemasaran.
- e. Gap kelima (pelayanan yang dirasakan) adalah perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan diharapkan oleh pelanggan.

## 2.3 Pengukuran Service Quality

Pengukuran kualitas jasa dalam model SERVQUAL didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap di antara keduanya pada lima dimensi kualitas jasa. Menurut Parasuraman *et al.* (1990) Skor SERVQUAL untuk setiap pasang pernyataan, bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus berikut<sup>[5]</sup>:

$$\text{SKOR SERVQUAL} = \text{SKOR PERSEPSI} - \text{SKOR HARAPAN}$$

Pada prinsipnya, data yang diperoleh melalui instrumen SERVQUAL dapat dipergunakan untuk menghitung skor gap kualitas jasa pada berbagai level secara rinci (Parasuraman *et al.* 1990):

- a. *Item-by-item analysis*, P1-H1, P2-H2, dan seterusnya.
- b. *Dimension-by-dimension analysis*, dengan contoh:  

$$(P1+P2+P3+P4+P5/5)-(H1+H2+H3+H4+H5/5)$$
 dimana P1 sampai P5 dan H1 sampai H5 mencerminkan lima pernyataan persepsi dan harapan dalam satu dimensi tertentu, dan perhitungan dilakukan untuk masing-masing dimensi selanjutnya.
- c. Perhitungan ukuran tunggal kualitas jasa atau gap SERVQUAL  

$$(P1+P2+P3+\dots+PK/K)-(H1+H2+H3+\dots+HK/K)$$
 dimana P1 sampai PK dan H1 sampai HK mencerminkan seluruh pernyataan persepsi dan harapan yaitu sebesar K pernyataan.

## 2.4 Importance Performance Analysis

Dalam metode ini diperlukan pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar pihak penyedia jasa memahami apa yang diinginkan pelanggan terhadap jasa yang mereka berikan. Rumus yang digunakan adalah:

$$Tk_b = \frac{X_b}{Y_b} \times 100\%,$$

untuk setiap variabel dengan  $b = 1, 2, 3, \dots, K$  dan  $K$  merupakan banyaknya variabel.

Untuk skor mendatar ( $X$ ) merupakan skor untuk persepsi, sedangkan untuk sumbu tegak ( $Y$ ) merupakan skor untuk harapan. Penyederhanaan masing-masing variabel indikator penilaian tersebut dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

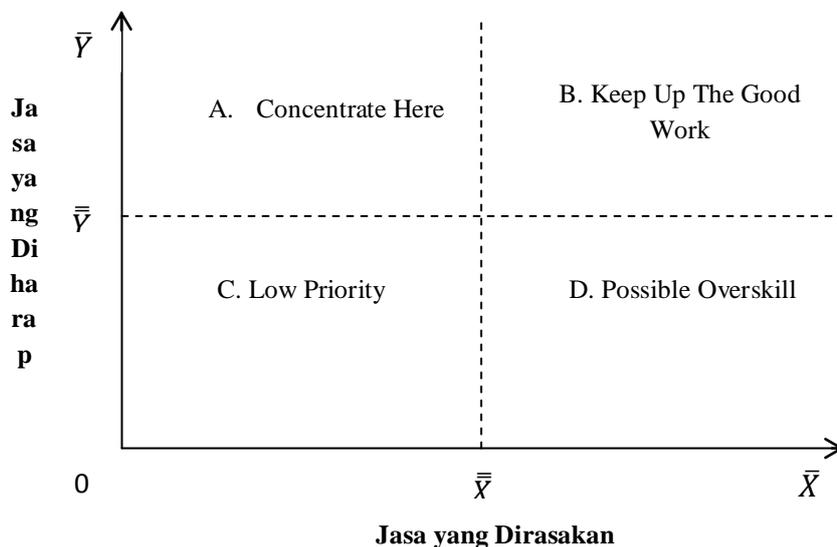
$$\bar{X}_b = \frac{\sum_i^n X_{ib}}{n}, \quad \bar{Y}_b = \frac{\sum_i^n Y_{ib}}{n}$$

untuk setiap variabel  $b = 1, 2, 3, \dots, K$  terhadap responden  $i = 1, 2, 3, \dots, n$  dan  $n$  merupakan ukuran sampel. Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan pada titik-titik ( $X, Y$ ). Untuk  $\bar{X}$  adalah rata-rata skor dari rata-rata persepsi, dan  $\bar{Y}$  adalah rata-rata skor dari rata-rata harapan. Rumus yang digunakan:

$$\bar{X} = \frac{\sum_b^K \bar{X}_b}{K}, \quad \bar{Y} = \frac{\sum_b^K \bar{Y}_b}{K}$$

dengan  $K$  merupakan banyaknya variabel indikator.

Masing-masing dimensi penilaian skor rata-rata penilaian jasa yang dirasakan ( $X$ ) maupun skor rata-rata penilaian jasa yang diharapkan ( $Y$ ) dijabarkan ke dalam empat bagian Diagram Kartesius.



## 2.5 Customer Satisfaction Index

*Customer Satisfaction Index* merupakan indeks untuk menentukan kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan kepentingan dari atribut-atribut yang diukur. Metode pengukuran *Customer Satisfaction Index* meliputi beberapa tahap sebagai berikut<sup>[3]</sup>:

1. Menghitung *Weight Factor* (WF), yaitu mengubah skor rata-rata harapan menjadi angka presentase dari total rata-rata harapan seluruh variabel yang diuji, sehingga didapatkan total WF sebesar 100%.

$$WF_b = \frac{\bar{Y}_b}{\sum_b^K \bar{Y}_b} \times 100\%,$$

2. Menghitung *Weight Score* (WS), yaitu menilai perkalian antara nilai rata-rata persepsi masing-masing variabel dengan WF masing-masing variabel.

$$WS_b = \bar{X}_b \times WF_b,$$

3. Menghitung *Weight Total* (WT), yaitu menjumlahkan WS dari semua variabel.

$$WT = \sum_{b=1}^K WS_b,$$

4. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

$$CSI = \frac{WT}{HS} \times 100\%.$$

Dengan HS : *Highest Scale* = Skala maksimum yang digunakan

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan responden dan melakukan pengamatan langsung di lapangan. Data sekunder sebagai data pendukung diperoleh melalui pencatatan dokumen-dokumen perusahaan atau instansi yang ada hubungannya dengan pembahasan penelitian.

Menurut Santoso dan Tjiptono (2002) Populasi merupakan sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal dan membentuk masalah pokok dalam suatu riset khusus<sup>[1]</sup>. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Diponegoro yang berkunjung ke perpustakaan Universitas Diponegoro. Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data dari responden. Data yang diambil adalah dari sampel yang mewakili seluruh populasi. Jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan berdasarkan Rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

#### 3.2 Variabel Penelitian

Variabel Dimensi Layanan sebagai alat untuk mengukur tingkat kepuasan dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung terhadap pelayanan yang diberikan. Variabel yang digunakan adalah kualitas layanan yang memuat kepuasan pengunjung sebagai persepsi dan harapan pengunjung. Variabel ini dibagi menjadi 5 dimensi variabel dan dikembangkan menjadi variabel indikator yaitu:

1. Dimensi Bukti langsung (*Tangibels*) diukur menggunakan variabel indikator yang meliputi:
  - a. Koleksi baik dan tersimpan
  - b. Kenyamanan dan kebersihan ruangan
  - c. Fasilitas lengkap (AC, TV, dan lain lain)
  - d. Pegawai berpenampilan rapi
  - e. Kinerja dan semangat pegawai dalam melayani
  - f. Desain interior dan eksterior perpustakaan.
2. Dimensi Keandalan (*Reability*) diukur menggunakan variabel indikator yang meliputi:
  - a. Kemampuan petugas pelayanan
  - b. Pelayanan dengan teknologi modern
  - c. Kemudahan administrasi dan pendaftaran
  - d. Tanggung jawab petugas pelayanan
  - e. Koleksi lengkap
  - f. Prosedur pelayanan jelas
  - g. Kenyamanan pelayanan.
3. Dimensi Daya tanggap (*Responsiveness*) diukur menggunakan variabel indikator yang meliputi:
  - a. Ketanggapan solusi atas complain
  - b. Kemudahan proses pelayanan dan keanggotaan

- c. Informasi keterlambatan pengembalian
  - d. Kecepatan dalam pelayanan
  - e. Kedisiplinan petugas pelayanan
  - f. Kejelasan petugas pelayanan
4. Dimensi Jaminan (*Assurance*) diukur menggunakan variabel indikator yang meliputi:
    - a. Kemudahan menemukan referensi buku
    - b. Persyaratan pelayanan mudah
    - c. Kemudahan menjadi anggota
    - d. Kepastian biaya pelayanan
    - e. Kewajaran biaya pelayanan
    - f. Kepastian jadwal pelayanan
    - g. Keamanan lingkungan pelayanan.
  5. Dimensi Empati (*Emphaty*) diukur menggunakan variabel indikator yang meliputi:
    - a. Kemudahan memanfaatkan fasilitas
    - b. Kepedulian pegawai terhadap kebutuhan pengunjung
    - c. Keadilan dalam memanfaatkan pelayanan
    - d. Pegawai selalu menanyakan kebutuhan pengunjung
    - e. Keramahan dan kesopanan pelayanan

### 3.3 Metode Analisis

Penelitian ini melakukan analisis kesenjangan dengan *Importance Performance Analysis* dan diagram kartesius untuk mengetahui kemungkinan adanya kesenjangan antara persepsi dan harapan pengunjung perpustakaan terhadap kualitas layanan serta melakukan perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui kepuasan atau ketidakpuasan dari perbedaan antara persepsi dan harapan.

## 4. PEMBAHASAN

### 4.1 Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan Reliabilitas dilakukan terlebih dahulu terhadap kuisioner sebagai alat ukur sebelum melakukan analisis lanjut, yang tujuannya adalah untuk memperoleh hasil pengukuran yang valid dan objektif dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 16.0.

#### 4.1.1 Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah kuesioner telah menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan dan konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Teknik pengujian koefisien reliabilitas yang digunakan adalah koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha*.

Tabel 2. Reliabilitas variabel dimensi layanan SERVQUAL

No	Variabel Dimensi layanan	<i>Cronbach's Alpha</i>		Kesimpulan
		Persepsi	Harapan	
1	<i>Tangibel</i> (X1)	0,746	0,888	Reliabel
2	<i>Reliability</i> (X2)	0,846	0,907	Reliabel
3	<i>Responsiveness</i> (X3)	0,837	0,897	Reliabel
4	<i>Assurance</i> (X4)	0,859	0,908	Reliabel
5	<i>Emphaty</i> (X5)	0,845	0,891	Reliabel

Pada Tabel 2 diketahui bahwa semua variabel dimensi layanan adalah reliabel. Hal ini berarti variabel-variabel indikator sebagai pertanyaan pada variabel dimensi pelayanan yang diberikan kepada responden sudah reliabel atau konsisten yang menunjukkan bahwa alat ukur dapat dipercaya.

#### 4.1.2 Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang ingin diukur. Variabel yang digunakan adalah variabel dimensi layanan.

Tabel 1. Validitas variabel dimensi layanan SERVQUAL

No	Variabel Dimensi Layanan	Variabel	r hitung Persepsi	r hitung Harapan	r tabel	Kesimpulan
1	Tangible (X1)	X <sub>1,1</sub>	0,607	0,710	0,1996	Valid
2		X <sub>1,2</sub>	0,563	0,734	0,1996	Valid
3		X <sub>1,3</sub>	0,785	0,840	0,1996	Valid
4		X <sub>1,4</sub>	0,657	0,841	0,1996	Valid
5		X <sub>1,5</sub>	0,597	0,826	0,1996	Valid
6		X <sub>1,6</sub>	0,750	0,843	0,1996	Valid
7	Reliability (X2)	X <sub>2,1</sub>	0,568	0,813	0,1996	Valid
8		X <sub>2,2</sub>	0,768	0,850	0,1996	Valid
9		X <sub>2,3</sub>	0,777	0,796	0,1996	Valid
10		X <sub>2,4</sub>	0,780	0,829	0,1996	Valid
11		X <sub>2,5</sub>	0,633	0,765	0,1996	Valid
12		X <sub>2,6</sub>	0,788	0,792	0,1996	Valid
13		X <sub>2,7</sub>	0,707	0,765	0,1996	Valid
14	Responsiveness (X3)	X <sub>3,1</sub>	0,612	0,738	0,1996	Valid
15		X <sub>3,2</sub>	0,698	0,806	0,1996	Valid
16		X <sub>3,3</sub>	0,665	0,765	0,1996	Valid
17		X <sub>3,4</sub>	0,861	0,871	0,1996	Valid
18		X <sub>3,5</sub>	0,786	0,874	0,1996	Valid
19		X <sub>3,6</sub>	0,843	0,836	0,1996	Valid
20	Assurance (X4)	X <sub>4,1</sub>	0,650	0,673	0,1996	Valid
21		X <sub>4,2</sub>	0,828	0,814	0,1996	Valid
22		X <sub>4,3</sub>	0,827	0,852	0,1996	Valid
23		X <sub>4,4</sub>	0,783	0,794	0,1996	Valid
24		X <sub>4,5</sub>	0,746	0,828	0,1996	Valid
25		X <sub>4,6</sub>	0,739	0,839	0,1996	Valid
26		X <sub>4,7</sub>	0,641	0,824	0,1996	Valid
27	Emphaty (X5)	X <sub>5,1</sub>	0,716	0,825	0,1996	Valid
28		X <sub>5,2</sub>	0,849	0,841	0,1996	Valid
29		X <sub>5,3</sub>	0,772	0,744	0,1996	Valid
30		X <sub>5,4</sub>	0,775	0,894	0,1996	Valid
31		X <sub>5,5</sub>	0,830	0,876	0,1996	Valid

#### 4.2 Quality dengan Importance Performance Analysis

Perhitungan *Service Quality* dilakukan untuk mengetahui nilai-nilai kesenjangan (gap) terhadap masing-masing variabel indikator pada variabel dimensi layanan dengan menghitung selisih antara persepsi dan harapan pengunjung perpustakaan.

Dari hasil perhitungan *Service Quality* yang terlihat pada Tabel 3, perhitungan *Service Quality* merupakan perhitungan selisih antara skor persepsi dan harapan pengunjung Perpustakaan Universitas Diponegoro dengan hasil perhitungan semuanya bernilai negatif, yang berarti bahwa semua pelayanan yang diberikan oleh Perpustakaan Universitas Diponegoro masih berada di bawah harapan pengunjung perpustakaan.

*Importance Performance Analysis* atau Analisis Kepentingan – Kinerja digunakan untuk menunjukkan hubungan antara penilaian persepsi dan harapan pengunjung perpustakaan yang di jabarkan dalam Diagram Kartesius dengan skor persepsi dan skor harapan pada tiap-tiap variabel indikator menjadi titik koordinat dalam diagram dan rata-rata skor persepsi dan skor harapan menjadi titik pembatas sumbu X dan sumbu Y yang membagi menjadi 4 kuadran.

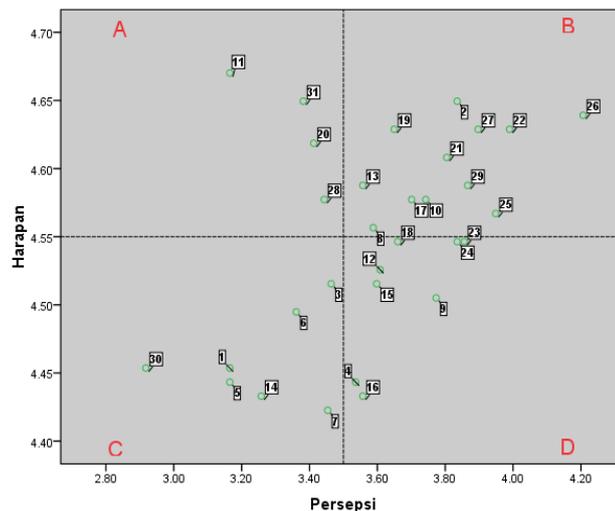
Dari Tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai tingkat kesesuaian. 31 variabel indikator dari variabel dimensi layanan masih dibawah harapan pengunjung, karena tidak ada satupun variabel yang mencapai tingkat kesesuaian 100%.

Dari Tabel 3 juga dapat dilihat skor persepsi dan skor harapan tiap variabel indikator. Nilai-nilai tersebut menggambarkan koordinat masing-masing variabel indikator dalam diagram kartesius. Variabel indikator 1 terletak di titik (3,16;4,45), variabel indikator 2 terletak di titik (3,84;4,65), dan seterusnya. Dan untuk titik pembatas kuadran adalah rata-rata dari skor persepsi yaitu 3,59 menjadi titik pembatas berdasarkan sumbu X dan skor harapan yaitu 4,45 menjadi titik pembatas berdasarkan sumbu Y yang membagi 4 kuadran.

Tabel 3. Perhitungan *Service Quality*

No	Variabel indikator	Total Persepsi	Total Harapan	Skor Persepsi	Skor Harapan	Gap	Gap Dimensi	Gap Tunggal	Tkb
1	X <sub>1,1</sub>	307	432	3,16	4,45	-1,29	-1,08		71%
2	X <sub>1,2</sub>	372	451	3,84	4,65	-0,81			82%
3	X <sub>1,3</sub>	336	438	3,46	4,52	-1,05			77%
4	X <sub>1,4</sub>	343	431	3,54	4,44	-0,91			80%
5	X <sub>1,5</sub>	307	431	3,16	4,44	-1,28			71%
6	X <sub>1,6</sub>	326	436	3,36	4,49	-1,13			75%
7	X <sub>2,1</sub>	335	429	3,45	4,42	-0,97	-0,99		78%
8	X <sub>2,2</sub>	348	442	3,59	4,56	-0,97			79%
9	X <sub>2,3</sub>	366	437	3,77	4,51	-0,73			84%
10	X <sub>2,4</sub>	363	444	3,74	4,58	-0,84			82%
11	X <sub>2,5</sub>	307	453	3,16	4,67	-1,51			68%
12	X <sub>2,6</sub>	350	439	3,61	4,53	-0,92			80%
13	X <sub>2,7</sub>	345	445	3,56	4,59	-1,03	78%	-0,97	
14	X <sub>3,1</sub>	316	430	3,26	4,43	-1,18	73%		
15	X <sub>3,2</sub>	349	438	3,6	4,52	-0,92	80%		
16	X <sub>3,3</sub>	345	430	3,56	4,43	-0,88	80%		
17	X <sub>3,4</sub>	359	444	3,7	4,58	-0,88	81%		
18	X <sub>3,5</sub>	355	441	3,66	4,55	-0,89	80%		
19	X <sub>3,6</sub>	354	449	3,65	4,63	-0,98	79%	-0,73	
20	X <sub>4,1</sub>	331	448	3,41	4,62	-1,21	74%		
21	X <sub>4,2</sub>	369	447	3,8	4,61	-0,8	83%		
22	X <sub>4,3</sub>	387	449	3,99	4,63	-0,64	86%		
23	X <sub>4,4</sub>	374	441	3,86	4,55	-0,69	85%		
24	X <sub>4,5</sub>	372	441	3,84	4,55	-0,71	84%		
25	X <sub>4,6</sub>	383	443	3,95	4,57	-0,62	86%	-1,08	
26	X <sub>4,7</sub>	408	450	4,21	4,64	-0,43	91%		
27	X <sub>5,1</sub>	378	449	3,9	4,63	-0,73	84%		
28	X <sub>5,2</sub>	334	444	3,44	4,58	-1,13	75%		
29	X <sub>5,3</sub>	375	445	3,87	4,59	-0,72	84%		
30	X <sub>5,4</sub>	283	432	2,92	4,45	-1,54	66%		
31	X <sub>5,5</sub>	328	451	3,38	4,65	-1,27	73%		
Jumlah				111,39	141,03			244%	
Rata-rata				3,59	4,55			79%	

Kuadran A merupakan daerah untuk variabel-variabel indikator yang skor persepsinya kurang dari 3,59 dan skor harapannya lebih dari 4,55. Kuadran B merupakan daerah untuk variabel-variabel indikator yang skor persepsinya lebih dari 3,59 dan skor harapannya lebih dari 4,55. Kuadran C merupakan daerah untuk variabel-variabel indikator yang skor persepsinya kurang dari 3,59 dan skor harapannya kurang dari 4,55. Kuadran D merupakan daerah untuk variabel-variabel indikator yang skor persepsinya lebih dari 3,59 dan skor harapannya kurang dari 4,55. Berdasarkan Tabel 3 dapat digambarkan diagram kartesius pada Gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Kartesius Persepsi dan Harapan

Berdasarkan Gambar 1 terlihat bahwa seluruh variabel indikator tersebar di empat kuadran dengan penjelasan tiap-tiap kuadran sebagai berikut:

1. Kuadran A (*Concentrate Here*)

Kuadran A menunjukkan variabel-variabel indikator yang mempengaruhi kepuasan pengunjung yang penanganannya perlu diprioritaskan. Variabel-variabel indikator yang termasuk ke dalam kuadran ini adalah variabel indikator: 11, 20, 28, dan 31.

2. Kuadran B (*Keep Up The Good Work*)

Kuadran B menunjukkan variabel-variabel indikator tersebut baik dan wajib untuk dipertahankan karena menurut pengunjung, perpustakaan dianggap telah melaksanakan variabel-variabel indikator tersebut, sehingga menjadi keunggulan di mata pengunjung. Variabel-variabel indikator yang termasuk ke dalam kuadran ini adalah variabel indikator; 2, 8, 10, 13, 17, 19, 21, 22, 25, 26, 27, dan 29.

3. Kuadran C (*Low Priority*)

Kuadran C menunjukkan variabel-variabel indikator kurang penting bagi pengunjung dan pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan tidak terlalu diprioritaskan. Variabel-variabel indikator yang termasuk ke dalam kuadran ini adalah variabel indikator: 1, 3, 5, 6, 7, 14, dan 30.

4. Kuadran D (*Possible Overskill*)

Kuadran D menunjukkan variabel-variabel indikator yang kurang penting bagi pengunjung tapi pelaksanaan pihak perpustakaan berlebihan. Variabel-variabel indikator yang termasuk ke dalam kuadran ini adalah variabel indikator: 4, 9, 12, 15, 16, 18, 23, dan 24.

### 4.3 Customer Satisfaction Index

Pengukuran tingkat kepuasan pengunjung sangat penting dilakukan untuk mengetahui seberapa besar harapan yang dapat dipenuhi oleh pelayanan perpustakaan Universitas Diponegoro. Perhitungan *Customer Satisfaction Index* menggunakan skor harapan dan skor persepsi dari masing-masing variabel indikator dengan menghitung *Weight Factor* sehingga didapatkan total *Weight Factor* 100% dan *Weight Score* masing-masing variabel indikator.

Berdasarkan Tabel 4, hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* yang telah dilakukan, diperoleh nilai *Weight Total* sebesar 3,60 maka, hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* adalah sebesar 0,72 atau 72%. Indeks kepuasan tersebut berada pada interval 0,66 – 0,80 yang berarti secara keseluruhan pengunjung perpustakaan Universitas Diponegoro merasa Puas berdasarkan variabel indikator pada variabel dimensi layanan terhadap kualitas pelayanan di perpustakaan Universitas Diponegoro.

Tabel 4. Perhitungan *Customer Satisfaction Index*

No	Skor Harapan	Weight Factor	Skor Persepsi	Weight Score
1	4,45	0,032	3,16	0,10
2	4,65	0,033	3,84	0,13
3	4,52	0,032	3,46	0,11
4	4,44	0,032	3,54	0,11
5	4,44	0,032	3,16	0,10
6	4,49	0,032	3,36	0,11
7	4,42	0,031	3,45	0,11
8	4,56	0,032	3,59	0,12
9	4,51	0,032	3,77	0,12
10	4,58	0,032	3,74	0,12
11	4,67	0,033	3,16	0,10
12	4,53	0,032	3,61	0,12
13	4,59	0,033	3,56	0,12
14	4,43	0,031	3,26	0,10
15	4,52	0,032	3,60	0,12
16	4,43	0,031	3,56	0,11
17	4,58	0,032	3,70	0,12
18	4,55	0,032	3,66	0,12
19	4,63	0,033	3,65	0,12
20	4,62	0,033	3,41	0,11
21	4,61	0,033	3,80	0,12
22	4,63	0,033	3,99	0,13
23	4,55	0,032	3,86	0,12
24	4,55	0,032	3,84	0,12
25	4,57	0,032	3,95	0,13
26	4,64	0,033	4,21	0,14
27	4,63	0,033	3,90	0,13
28	4,58	0,032	3,44	0,11
29	4,59	0,033	3,87	0,13
30	4,45	0,032	2,92	0,09
31	4,65	0,033	3,38	0,11
total	141,03	1,000	111,39	3,60
<i>Weight Total (WT) = 3,60</i>				
<i>Customer Satisfaction Index</i>				0,72

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan Perpustakaan Universitas Diponegoro belum sepenuhnya memenuhi harapan pengunjung yang ditunjukkan oleh beberapa variabel indikator yang masuk ke dalam kuadran A (prioritas utama) yang menjadi perhatian utama untuk diperbaiki, yaitu koleksi lengkap, kemudahan menemukan referensi, kepedulian pegawai terhadap kebutuhan pengunjung, dan keramahan dan kesopanan pelayanan.
2. Hasil perhitungan *Service Quality* antara persepsi dan harapan pengunjung terhadap kualitas pelayanan Perpustakaan Universitas Diponegoro semua variabel indikator bernilai negatif, yang berarti bahwa semua pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan Universitas Diponegoro masih berada di bawah harapan pengunjung perpustakaan
3. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan secara menyeluruh, dan diperoleh nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 0,72 atau 72%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pengunjung merasa puas berdasarkan variabel-variabel indikator pada variabel dimensi layanan Perpustakaan Universitas Diponegoro.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hariwijaya, M. dan Triton, P.B. 2007. *Pedoman Penulisan Ilmiah*, Tugu Publisher.
- [2] Ratnasari, R.T. dan Aksa, M.H. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- [3] Sudarno, Rusgiyono, A. Hoyyi, A. dan Listifadah. 2011. *Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengendalian Kualitas Jasa Berdasarkan Persepsi Pengunjung*. Media Statistika. Juni 2011. Vol 4. No 1: 33-45.
- [4] Tjiptono, F. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Andi. Yogyakarta.
- [5] Tjiptono, F. dan Chandra, G. 2005. *Service, Quality & Statisfaction*. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.