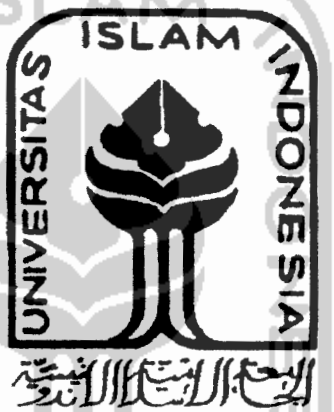
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI TERHADAP PELAYANAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Nama : Helly Jumiyati

Nomor Mahasiswa : 03312062

JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2007

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI TERHADAP PELAYANAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk
mencapai derajat Sarjana Strata-1 Jurusan Akuntansi
pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

Oleh

Nama : Helly Jumiyati
Nomor Mahasiswa : 03312062

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2007

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 22 Agustus 2007

Penulis,



(Helly Jumiyati)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah disahkan dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi dengan judul:

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI TERHADAP PELAYANAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Disusun Oleh:

Nama	: Helly Jumiyati
Nomor Mahasiswa	: 03312062
Jurusan	: Akuntansi

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 21 Agustus 2007

Dosen Pembimbing

(Kesit Bambang Prakosa, Drs., MAP)

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Jurusan Akuntansi Terhadap Pelayanan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

Disusun Oleh: HELLY JUMIYATI
Nomor Mahasiswa: 03312062

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan ***LULUS***
Pada tanggal : 7 September 2007

Pembimbing Skripsi/Penguji : Drs. Kesit Bambang Prakosa, M.Si .....

Penguji : Drs. Johan Arifin, M.Si .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Drs. Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D

MOTTO

~"Barang siapa yang bertakwa kepada Allah maka Allah akan menjadikan baginya jalan keluar dari segala kesulitan dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak dihitungkannya." ~(Surah at-Thalaq, ayat 2-3)

~Jagalah dirimu baik-baik, usahakanlah kemuliaannya, karena engkau dipandang manusia bukan karena rupa tetapi kesempurnaan budi dan adab ~ (Nabi Muhammad SAW)

~Jadilah kamu orang yang mengajar atau belajar atau pendengar (orang mengaji), atau pecinta (mencintai ilmu) dan janganlah kamu menjadi orang yang kelima (artinya tidak mengajar, tidak belajar, tidak suka mendengarkan pengajian, dan tidak mencintai ilmu), maka kamu akan hancur~ (Baihaqi)

~Kehidupan ini dipenuhi dengan seribu macam kemanisan tetapi untuk mencapainya perlu seribu macam pengorbanan~

~Doa memberikan kekuatan pada orang yang lemah, membuat orang tidak percaya menjadi percaya dan memberikan keberanian pada orang yang ketakutan~

HALAMAN PERSEMBAHAN

Ayahanda, Ibunda, Nenek dan Kakekku Tercinta

Orang yang terpenting dalam hidupku, yang selalu melindungiku, menyayangiku, memberikan dorongan dan tidak ada hentinya dengan tulus mendo'akanku dalam menjalani kehidupan. ungkapan ini belumlah cukup untuk menjabarkan semua perhatian, kasih sayang, dan perjuangan yang telah kalian berikan padaku hingga saat ini. Semoga Allah selalu memberikan kemudahan dalam segala hal di dunia dan akhirat untuk Ayah,Ibu ,Nenek dan Kakek. Amien....

Kakak-kakakku Tersayang....Yu Hany, Yu Ade, Mas Haris...

Kalian adalah jembatan untuk menyeberangi kealfaan hidup dalam menemukan keberhasilan. Semoga kalian dapat melewati rintangan yang ada dan bangkitkan semangat untuk menggapai kesuksesan hidup.

My Lovely Aa' Odjie...

Yang sudah 9 tahun mengisi kehidupanku, selalu sabar memberiku semangat, dukungan, membimbing dan membantuku dalam segala hal. Semoga Allah selalu memberikan yang terbaik untukmu.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb,

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt, karena atas karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi dengan judul **"ANALISIS TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI TERHADAP PELAYANAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA".** skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendorong bagi kelancaran penulisan skripsi. Rasa terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan karunia yang tak terhingga.
2. Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan dorongan materiil maupun spirituil hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
3. Kakak-kakakku tersayang, Yu Hannny, Mas Gani, Yu Ade, Mas Rois dan Mas Haris yang menjadi motivasiku dalam menyelesaikan kuliahku.
4. Nenek dan kakek yang selalu memberikan doa yang tulus ikhlas kepada penulis
5. A'Odjie atas kesabaran, nasehat dan telah memberikan semangat serta kasih sayang yang tulus.
6. Bapak Asmai Ishak, Drs., M.Bus., Ph.D. selaku Dekan FE UII

7. Bapak Kesit Bambang Prakosa,Drs., MAP. selaku dosen pembimbing skripsi yang banyak memberikan koreksi dan masukan kepada penulis selama penyusunan skripsi.
8. Sahabat-sahabatku, Henny, Nina, Esthu, dan Janti yang selalu membantu kalau ada kesulitan dikampus. Uwie, Dilla, dan Riri yang selalu care.
9. Pihak-pihak yang telah mendukung dalam menyelesaikan skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis berharap bahwa hasi-hasil penelitian yang telah disusun dapat memberikan sumbangan terhadap ilmu pengetahuan dan semoga berguna bagi pembaca. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, untuk itu segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 22 Agustus 2007

Penyusun,

(Helly Jumiyati)

DAFTAR ISI

Halaman Judul..... i
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....ii
Halaman Pengesahan Skripsi.....iii
Halaman Berita Ujian iv
Motto..... v
Halaman Persembahan..... vi
Kata Pengantar..... vii
Daftar Isi.....ix
Daftar Tabel..... xi
Daftar Gambar..... xii
Daftar Lampiran xiii
Abstraksi xiv

1. BAB I PENDAHULUAN
   1.1. Latar Belakang Masalah..... 1
   1.2. Rumusan Masalah.....3
   1.3. Tujuan Penelitian.....4
   1.4. Manfaat Penelitian.....4

2. BAB II KAJIAN PUSTAKA
   2.1. Hakikat Jasa Pelayanan..... 5
   2.2. Pendekatan Total Quality Service..... 6
   2.3. Alat Pengukur Kualitas Jasa..... 10
      2.3.1. Metode SERVQUAL..... 11
      2.3.2. The Gap Model..... 12
   2.4. Kepuasan Pelanggan..... 13
   2.5. Hakikat Kepuasan Pelanggan..... 15
   2.6. Hipotesis Penelitian..... 20

3. BAB III METODE PENELITIAN
3.1. Jenis Data Yang Diperlukan..... 21
3.2. Populasi dan Sampel..... 22
3.3. Variabel Penelitian..... 22
3.4. Teknik Pengumpulan Data..... 23
3.5. Metode Analisis Data..... 24

4. BAB IV ANALISIS DATA
4.1. Uji Item Pertanyaan..... 29
4.1.1. Uji Validitas..... 29
4.1.2. Uji Reliabilitas..... 31
4.2. Analisis Deskriptif..... 33
4.2.1. Karakteristik Responden..... 33
4.2.1.1. Jenis Kelamin Responden..... 33
4.2.1.2. Jumlah SKS Yang Ditempuh Responden..... 34
4.3. Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan..... 34
4.3.1. Analisis Diagram Kartesius..... 35

5. BAB V KESIMPULAN
5.1. Kesimpulan..... 52
5.2. Keterbatasan Penelitian..... 53
5.3. Kontribusi Penelitian..... 54
5.4. Saran..... 55

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Pertanyaan Performance..... 30
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Pertanyaan Expectation..... 31
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliability Performance..... 32
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliability Expectation..... 32
Tabel 4.5 Jenis Kelamin Responden..... 33
Tabel 4.6 Jumlah SKS Yang Sudah Ditempuh Responden..... 34
Tabel 4.7 Tingkat Kesesuaian Expectation dan Performance FE-UII..... 37
Tabel 4.8 Koordinat Importance-Performance Analisys Per Dimensi..... 48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Total Quality Service..... 8
Gambar 2.2 Model Analisis Gap..... 10
Gambar 2.3 Alur Pikir Pengukuran Harapan, Persepsi Untuk Melihat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan FE-UII..... 18
Gambar 3.1 Diagram Kartesius..... 27
Gambar 4.1 Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan Pada FE-UII..... 42
Gambar 4.2 Diagram Importance/Performance Kualitas Pelayanan FE-UII..... 49

DAFTAR LAMPIRAN

1. Quesioner (Daftar Pertanyaan)..... 59
2. Karakteristik Responden..... 67
3. Jawaban Validitas dan Reliabilitas..... 69
4. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas..... 74
5. Hasil Jawaban Quesioner..... 90
6. Perhitungan Tingkat Kesesuaian Diagram Kartesius..... 102

ABSTRAKSI

Penelitian ini mengungkapkan hasil dari studi yang menganalisa tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa akuntansi Fakultas Ekonomi (FE) Universitas Islam Indonesia (UII), dengan variabel dari kualitas pelayanan yang digunakan adalah tangibles, reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty. Teknik penetuan sampel yang digunakan adalah convenience sampling. Penelitian ini menggunakan analisis Gap, Deskriptif, dan Diagram Kartesius untuk mengetahui; tingkat kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa akuntansi FE UII.

Penelitian ini menemukan bahwa terdapat Gap diantara dimensi kualitas pelayanan tersebut, dan Dimensi yang paling memuaskan konsumen adalah dimensi emphaty karena memiliki rata-rata kinerja yang lebih tinggi daripada dimensi yang lain.

Katakunci: *mahasiswa akuntansi, FE-UII, kepuasan konsumen, kualitas jasa pelayanan.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu indikator untuk menentukan kualitas sumber daya manusia adalah tingkat pengetahuan yang dimiliki, karena pengetahuan menjadi sumber daya utama untuk pembangunan sosial, ekonomi, dan politik. Hal ini menempatkan pelayanan pendidikan dan pelatihan pada posisi yang menentukan, karena manusia yang berpengetahuan adalah keluaran dari suatu sistem pendidikan dan pelatihan, baik formal, maupun informal.

Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta, sebagai salah satu perguruan tinggi yang patut diperhitungkan dalam percaturan ilmu pengetahuan memiliki program peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui program Diploma 3, Strata 1 dan Strata 2, menyandang beban yang cukup berat karena adanya pesaing yang cukup banyak dan akan terus bertambah banyak, baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Sudah barang tentu, UII khususnya Fakultas Ekonomi (FE) dalam mengembangkan misinya akan terus berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya sehingga dapat memberikan kepuasan bagi para konsumen atau pelanggannya.

Pelanggan dapat dibagi atas masyarakat pemakai keluaran, penyumbang, atau mahasiswa yang langsung menerima, menikmati, dan merasakan layanan pendidikan dari FE UII. Para pelanggan akan

menyuarakan perasaannya terhadap kualitas layanan yang diterimanya. Kepuasan dan ketidakpuasan terhadap pelayanan dapat menjadi pembangun atau perusak pada suatu sistem. Oleh karena itu, FE UII dalam menjalankan misinya selalu berusaha mendengarkan suara dari para pelanggannya.

Salah satu unsur pelanggan FE UII yang paling dominan adalah mahasiswa dan lulusan. Suara mahasiswa inilah yang perlu didengar apabila ingin memperbaiki kualitas pelayanan. Mengesampingkan suara mahasiswa merupakan suatu startegi yang salah, karena kualitas tidak ditentukan oleh FE UII tetapi oleh mahasiswa UII. FE UII hanya membuat produk jasa pendidikan, sedangkan yang menilai produk jasa tersebut adalah mahasiswa. Dengan demikian, prinsip yang mengatakan bahwa apapun yang diperbuat oleh produsen akan laku di pasaran sudah tidak relevan lagi dimasa ini.

Kualitas harus direbut apabila ingin mempertahankan atau mendapatkan *competitive advantage* dalam dunia persaingan yang semakin hari semakin ketat. Seperti halnya dengan universitas atau perguruan tinggi lainnya, UII khususnya Fakultas Ekonomi tidak luput dari berbagai permasalahan, baik dari faktor internal maupun faktor eksternal. Pada pertumbuhan program ini, mahasiswa tidak secara otomatis berduyun-duyun datang dan belajar di FE UII, karena mahasiswa termasuk manusia terdidik yang mempunyai sudut pandang dan penilaian tersendiri terhadap apa yang akan dirasakan dan apa yang dikerjakannya. Berbagai aspek internal yang patut menjadi perhatian adalah tenaga pendidik, kaderisiasi tenaga, kedisiplinan para tenaga pengajar, kecepatan dan ketepatan pelayanan oleh

tenaga administrasi, kurikulum, keadaan fasilitas dan lain sebagainya. Sementara itu, faktor eksternal adalah keadaan sosial masyarakat, kebijakan pemerintah, tuntutan dunia kerja, dan lain-lain. Dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, kualitas layanan FE UII perlu diteliti secara berkesinambungan.

Secara tidak langsung sering terdengar keluhan dari para mahasiswa, yang diterjemahkan sebagai pelayanan yang kurang sesuai dengan apa yang mereka harapkan (*expected services*), disisi lain adanya suara di luar baik antar sesama alumni maupun orang tua yang menggemakan suara kekurang-puasan pelayanan pendidikan FE UII. Sejauh mana kebenaran keadaan ini, maka perlu didukung oleh data yang benar. Berlatar belakang demikian penelitian ini dilakukan.

1.2. Rumusan Masalah

Untuk melihat sejauh mana kebenaran keadaan pelayanan FE-UII maka penelitian ini merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kesesuaian antara keinginan mahasiswa dengan pelayanan yang diberikan FE UII?
2. Bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan yang diberikan FE UII?
3. Bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan kepada mahasiswa FE UII?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui tingkat kesesuaian antara harapan dan persepsi mahasiswa dengan pelayanan yang diberikan FE UII.
2. Mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan yang diberikan FE UII.
3. Menggali faktor-faktor yang perlu diperhatikan FE UII dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada mahasiswa.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi atas kualitas pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa.
2. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran bagi universitas dalam membuat rencana dan strategi yang baik dan terarah untuk mengelola universitas dimasa yang akan datang secara efektif dan efisien.
3. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh masyarakat untuk lebih memilih FE UII sebagai alternatif sarana pendidikan.
4. Hasil penelitian ini dapat meningkatkan pelayanan yang lebih baik dari yang diharapkan sehingga mahasiswa merasa puas.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Hakikat Jasa Pelayanan

Berbagai definisi untuk menjelaskan tentang jasa pelayanan, seperti yang dikemukakan oleh Kotler (2000) mendefinisikan pelayanan atau jasa adalah perbuatan suatu kelompok menawarkan kepada kelompok atau orang lain sesuatu yang pada dasarnya tidak berwujud, sedangkan produksinya berkaitan atau tidak berkaitan dengan fisik produk. Stanton (1981) dikutip dari Umberto (2003) mengungkapkan definisi jasa sebagai berikut: jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasikan secara terpisah, tidak berwujud, dan ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak. Sedangkan menurut Zeithaml dan Berry (1990) dikutip dari Umberto (2003) menyatakan, jasa adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan yang pada dasarnya tidak berwujud, yang biasanya terjadi ada hubungan timbal balik antara konsumen dengan penyedia jasa dan atau produk fisik atau sistem pelayanan yang baik atas jasa yang disediakan sebagai sarana untuk mengatasi masalah konsumen.

Dengan demikian, keluaran dari suatu usaha jasa pada dasarnya tidak berwujud, tidak berkaitan dengan fisik produk, bukan produk yang dapat dilihat, dikonsumsi bersamaan dengan proses produksi, dan merupakan perbuatan yang ditawarkan oleh satu atau kelompok kepada orang lain.

Dari batasan-batasan tersebut di atas, jelas bahwa lembaga pendidikan dapat dikategorikan sebagai suatu lembaga yang termasuk kategori pemberi pelayanan jasa sehingga apabil akan diketahui kinerjanya dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang dilakukannya.

2.2. Pendekatan Total Quality Service

Karl Albrecht (dalam Soetjipto, 1997) mendefinisikan *Total Quality Service* sebagai suatu keadaan dimana perusahaan berkemampuan untuk memberikan layanan bermutu kepada *stakeholder*nya, Karl Albrecht juga mengemukakan bahwa TQS merupakan penjabaran dari sistem pelayanan, strategi pelayanan dan sistem pelayanan itu sendiri. TQS memiliki 5 (lima) elemen yang saling terkait satu sama lain, yaitu:

1) ***Market and Customer Research*** **(Riset Pasar dan Pelanggan)**

Riset pasar adalah suatu kegiatan penelitian terhadap struktur dan dinamika pasar tempat dimana perusahaan berencana untuk berkiprah di dalamnya yang meliputi identifikasi pasar, analisis demografis, analisis segmen pasar potensial dan analisis kekuatan-kekuatan yang ada di dalam pasar. Riset pelanggan bergerak lebih jauh lagi, yaitu mencari tahu harapan, keinginan dan perasaan pelanggan secara individual terhadap layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Hasil dari kedua riset ini merupakan semacam kompas bagi perusahaan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada para pelanggannya.

2) ***Strategy Formulation*** **(Perumusan Strategi)**

Agar perumusan strategi menghasilkan strategi yang efektif, dibutuhkan beberapa hal seperti pengetahuan mengenai bidang usaha

perusahaan, misi perusahaan, nilai-nilai dan norma-norma yang berlaku di dalam perusahaan, pendekatan stretegik yang dibutuhkan agar dapat memenangkan persaingan, pengetahuan mengenai cara-cara memadukan teknologi, operasi, metodologi dan struktur organisasi untuk memenuhi permintaan para pelanggan serta reposisi perusahaan. Berbeda dengan hasil riset pasar, strategi merupakan navigator dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan.

3) ***Education, Training and Communication*** **(Pendidikan, Pelatihan dan Komunikasi)**

Pendidikan dan pelatihan sangat penting bagi pengembangan dan peningkatan mutu sumber daya manusia agar mampu memberikan pelayanan yang bermutu bagi para pelanggannya. Komunikasi berperan dalam mendisrtibusikan informasi ke setiap individu dalam perusahaan. Ketiga hal tersebut berperan dalam meningkatkan pengertian sumber daya manusia atas keinginan dan harapan para pelanggan, visi, misi dan nilai-nilai perusahaan serta strategi mempertahankan pelanggan yang ada dan meraih pelanggan baru.

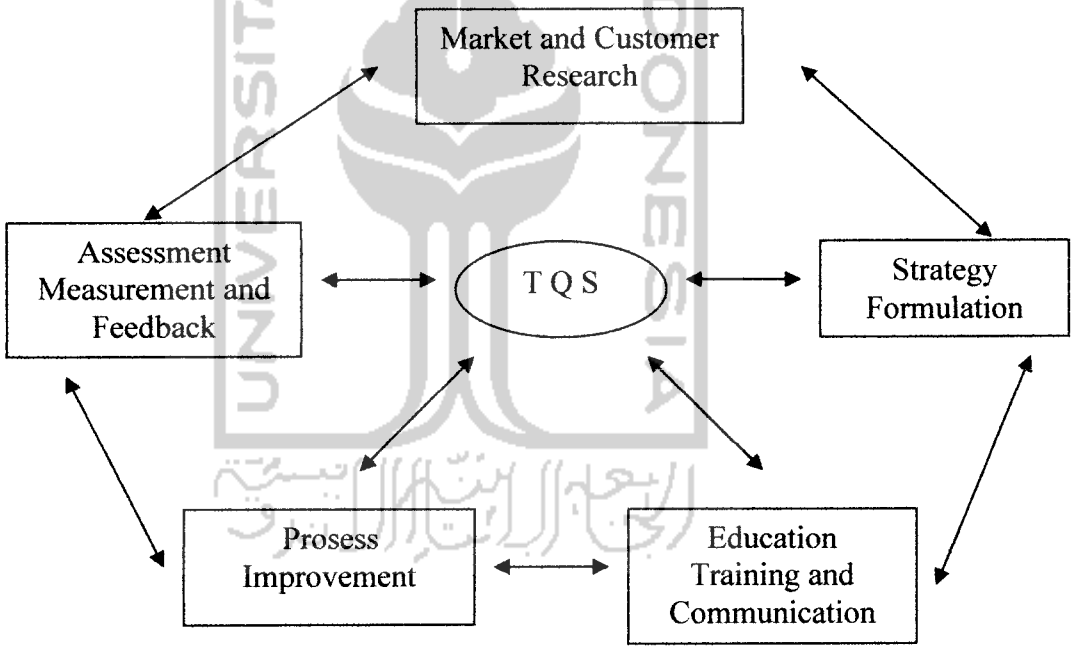
4) ***Process Improvemant*** **(Penyempurnaan Proses)**

Usaha yang dilakukan secara berkesinambungan menyempurnakan proses pemberian layanan dan secara aktif mencari cara-cara baru agar perusahaan menjadi lebih baik di seluruh tingkatan dalam perusahaan. Proses yang secara terus-menerus disempurnakan merupakan semacam alat kendali bagi perusahaan agar layanannya dapat lebih baik dan bermutu.

5) ***Assessment, Measurement and Feedback*** **(Penilaian/Pengukuran dan Perolehan Umpan Balik)**

Berperan dalam menginformasikan kepada sumber daya manusia, seberapa jauh mereka mampu memenuhi keinginan dan harapan pelanggan. Hasil penilaian kinerja dan umpan balik dijadikan dasar untuk memberikan balas jasa kepada sumber daya manusia, serta memberi isyarat kapada perusahaan tentang apa-apa yang perlu diperbaiki, kapan dan cara memperbaikinya.

Dari 5 (lima) elemen tersebut dapat digambarkan sebagai berikut;



Gambar 2.1. Model Total Quality Service
(Sumber: Karl Albrecht, 1992, The Only Thing That Matters, Harper Business, New York, p.70) dari Soetjipto, 1997

Pendekatan lain merupakan hasil rancangan Zeithaml, Parasuraman dan Berry (1996) dikenal sebagai *conceptual model of service quality.* Menurut model tersebut terdapat 5 (lima) gap/kesenjangan yang membuat

perusahaan tidak mampu memberikan layanan yang bermutu kepada para pelanggan, sebagaimana yang nampak pada gambar 2. Kesenjangan tersebut adalah sebagai berikut:

1) **Gap Persepsi Manajemen**

Perbedaan penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa, karena perusahaan salah mengerti apa yang menjadi harapan pelanggan.

2) **Gap Spesifikasi Kualitas**

Kesenjangan antara persepsi manajemen atas harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas pelayanan, karena kesalahan penterjemahan persepsi manajemen yang tepat atas harapan para pelanggan perusahaan kedalam bentuk tolok ukur kualitas pelayanan.

3) **Gap Penyampaian Pelayanan**

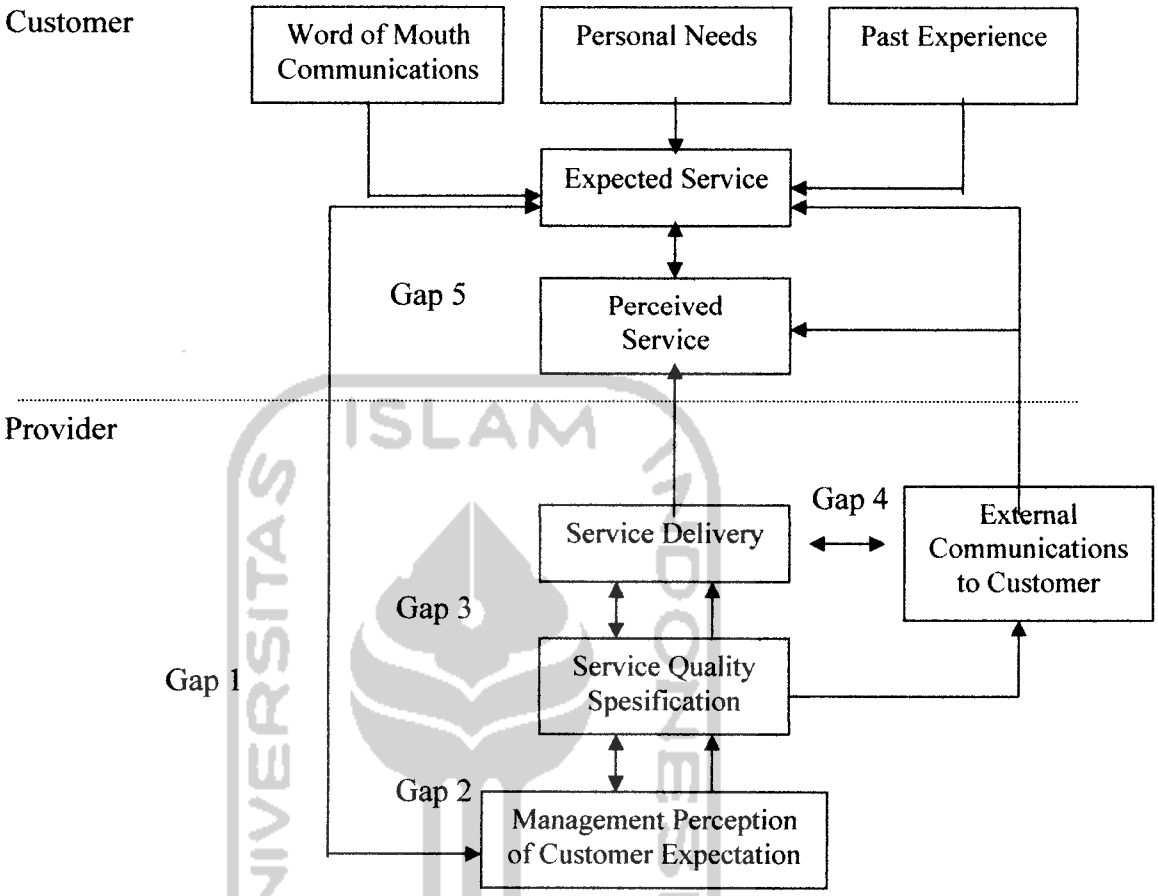
Kesenjangan antara spesifikasi kualitas pelayanan dan pemberian layanan kepada pelanggan akibat ketidakmampuan sumber daya manusia perusahaan untuk memenuhi standar mutu pelayanan yang telah ditetapkan.

4) **Gap Komunikasi Pemasaran**

Kesenjangan antara pemberian layanan kepada pelanggan dan komunikasi eksternal, yang tercipta karena ternyata perusahaan tidak mampu memenuhi janji-janjinya yang dikomunikasi secara eksternal melalui berbagai bentuk promosi.

5) **Gap Dalam Pelayanan yang Dirasakan**

Kesenjangan antara harapan pelanggan dan kenyataan layanan yang diterima akibat tidak terpenuhinya harapan pelanggan.



Gambar 2.2. Model Analisis Gap

(Sumber: Vaslerie A. Zeithaml, A. Parasuraman. J. Leonard L. Berry (1990), Delivering Quality Service : Balancing Customer Perceptions and Expectation, Free Press, London, p. 46)

2.3. Alat Pengukur Kualitas Jasa

Kualitas jasa relatif lebih sulit diukur jika dibandingkan dengan kualitas produk/barang. Biasanya kualitas jasa baru bisa dirasakan setelah konsumen mengalaminya. Hal ini karena sering tidak adanya kesesuaian antara janji yang diberikan perusahaan dengan pelayanan yang diberikan, sehingga konsumen merasa tidak puas. Ketidakpuasan konsumen akan mengakibatkan

konsumen berpaling ke perusahaan lain yang dapat memberikan layanan yang bermutu.

2.3.1. Metode *SERVQUAL*

Metode *SERVQUAL* dikembangkan oleh Leonard L. Berry A. Parasuraman, dan Valerie A.Zeithaml (1996). *SERVQUAL* digunakan untuk mengukur sampai seberapa besar gap/kesenjangan yang terjadi akibat ketidakmampuan perusahaan memenuhi harapan pelanggan. Metode ini berdasarkan pada lima dimensi kualitas, yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty.* Dalam menggunakan metode ini, ada dua langkah yaitu *pertama* mendapatkan persepsi konsumen atas pelayanan ideal, dan yang *kedua* adalah mengukur persepsi konsumen atas pelayanan yang diberikan perusahaan. Dalam melaksanakannya konsumen diminta untuk menanggapi beberapa pernyataan yang berhubungan dengan lima dimensi kualitas tersebut. Konsumen diminta untuk menanggapi hal tersebut dalam skala dengan interval 7 mulai dengan dari sangat penting sekali/sangat memuaskan sekali hingga sangat tidak penting sekali/sangat tidak memuaskan sekali. Pengukuran dilakukan untuk kualitas yang diharapkan, kemudian kualitas yang diterima.

Dalam pengukuran pertama, pernyataan dengan 7 skala menghasilkan profil ideal untuk tiap-tiap dimensi. Profil kedua, yaitu kualitas yang diterima oleh konsumen. Kedua hasil tersebut kemudian dibandingkan. Penyimpangan atau perbedaan dari keduanya bisa dipelajari, dan bisa digunakan sebagai pedoman dalam kualitas.

Rumus metode *SERVQUAL* yang akan dijadikan perbandingan adalah:

Skor SERVQUAL = Skor Persepsi – Skor Harapan

2.3.2. *The Gap Model*

Model ini digunakan untuk mengidentifikasikan terletak dimana kesenjangan antara penyampaian produk jasa dengan yang diterima oleh konsumen. hasil yang didapat dari analisis gap ini sangat membantu dalam perencanaan dan pengambilan keputusan strategis yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan pencapaian sasaran/tujuan yang telah ditetapkan.

Model yang dikembangkan oleh Zeithaml et al ini terdiri dari lima gap, seperti yang terlihat pada gambar 2 (didepan). Model ini juga digunakan oleh Ontario Public Service, dan dikembangkan dan disesuaikan dengan pemakaian. Adapun gap-gap tersebut adalah:

1. Kesenjangan/Gap 1 (*understanding Gap*) adalah perbedaan yang terjadi antara pengharapan konsumen dan persepsi manajemen terhadap pengharapan konsumen tersebut.
2. Gap 2 (*design gap*) adalah perbedaan antara spesifikasi kualitas dalam perusahaan dan persepsi manajemen terhadap pengharapan konsumen akan pelayanan dan kualitasnya.
3. Gap 3 (*delivery gap*) adalah perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan dengan spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan.

4. Gap 4 (*communication gap*) adalah perbedaan yang terjadi antara kualitas pelayanan yang diberikan dengan kualitas yang dijanjikan dalam pemasaran.
5. Gap 5 (*service gap*) adalah perbedaan antara kualitas pelayanan yang diharapkan dan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen.

Model dengan gap-gap ini bertolak pada konsumen atau *customer-oriented.* Model ini juga berorientasi pada proses dalam mencari perbedaan-perbedaan yang mungkin timbul ketika proses penyelenggaraan jasa dilakukan.

2.4. Kepuasan Pelanggan

Sebagai kriteria dasar dalam memaksimalkan nilai, konsumen memiliki harapan atas nilai yang akan didapatkannya. Terhadap penawaran yang telah dipilih, mereka akan mengevaluasi apakah memenuhi harapannya atau tidak. Kepuasan konsumen sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran. Berikut definisi tentang kepuasan konsumen menurut Philip Kotler (1995, hal. 46):

> "Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan sebelum membeli/mengkonsumsi suatu barang atau jasa".

Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan konsumen.

a. Ukuran kepuasan konsumen

Konsumen dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan secara umum, yaitu: apabila kinerja dibawah harapan konsumen akan kecewa sedangkan jika sesuai harapan maka mereka akan puas. Dan kalau kinerja melebihi harapan konsumen akan sangat puas, senang atau gembira.

Konsumen yang puas terhadap merk atau produk tertentu cenderung untuk membeli kembali pada saat kebutuhan yang sama muncul di kemudian hari. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran kepuasan konsumen merupakan faktor kunci dalam melakukan pembelian ulang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Selanjutnya konsumen yang puas tersebut sangat dimungkinkan untuk mempengaruhi lingkungannya agar mengkonsumsi produk/jasa yang memuaskannya. Keadaan ini akan sangat membantu perusahaan dalam mempromosikan produknya.

b. Metode dan Teknik pengukuran kepuasan konsumen

Pengukuran terhadap kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang penting bagi perusahaan untuk memperoleh masukan bagi pengembangan strategi peningkatan kepuasan konsumen. Philip Kotler (1995, hal. 41-43) mengidentifikasikan 4 metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut:

1) Sistem keluhan dan saran

Yaitu perusahaan memberi kesempatan kepada konsumen untuk mengutarakan saran maupun keluhan yang dirasakan. Misalnya: dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain.

2) Ghost Shopping

Yaitu dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pembeli pada perusahaan pesaing, guna mengetahui kelebihan dan kelemahan dari perusahaan pesaing tersebut.

3) Lost Customer Analysis

Yaitu dengan cara menghubungi pelanggan-pelanggan yang telah berhenti membeli untuk mengetahui mengapa hal itu bisa terjadi.

4) Survey Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen dapat tercapai apabila kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen terpenuhi. Dengan mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen, akan memudahkan perusahaan dalam mengkonsumsikan produknya kepada target konsumennya.

2.5. Hakikat Kepuasan Pelanggan

Irawan (2002) memberikan definisi pelanggan sebagai orang yang paling penting dalam satu lingkungan usaha. Pelanggan tidak tergantung kepada produsen, tetapi produsen yang tergantung kepadanya. Pelanggan tidak pernah menganggu pekerjaan produsen, sebab pelanggan adalah tujuan dari pekerjaan produsen. Konsumen tidak melakukan yang baik, tetapi justru pelangganlah yang memberikan kesempatan kepada produsen untuk dapat

melayaninya. Tidak seorang pun dapat memenangkan apabila berargumentasi dengan pelanggan, sebab pelanggan adalah orang yang membawa produsen untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu, adalah pekerjaan produsen untuk dapat memperlakukan pelanggan dengan baik sehingga terjadi saling menguntungkan antara pelanggan dan produsen. Konsumen adalah mereka yang memanfaatkan hasil dari suatu badan, perusahaan, institusi, atau sering juga disebut sebagai orang yang mau membelanjakan uangnya untuk membeli suatu yang ditawarkan oleh suatu badan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Zeithaml et al (1990) disimpulkan bahwa kepuasan konsumen dalam bisnis pelayanan diukur dari kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi pelanggan tentang pelayanan yang akan diterima. Sebagian besar selisih ini adalah negatif. Semakin kecil negatifnya, semakin baik. Biasanya perusahaan dengan tingkat pelayanan yang baik, akan mempunyai gap yang lebih kecil dari –(minus) 1.0 (Irawan, 2002) Ekspektasi pelanggan mempunyai dua pengertian: (1) Apakah yang pelanggan harapkan akan terjadi pada saat layanan disampaikan (prediksi) dan (2) Apakah yang diinginkan pelanggan untuk terjadi (harapan).

Secara tradisional pengertian kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan (*expectation*) dan persepsi atau kinerja yang dirasakan (*perceived performance*). Pengertian ini didasarkan pada *"disconfirmation paradigma"* dari Oliver (1980) yaitu kinerja pemberi jasa sekurang-kurangnya sama dengan yang diharapkan pelanggan. Selain itu, Engel et al (1995) mendefinisikan, kepuasan atau

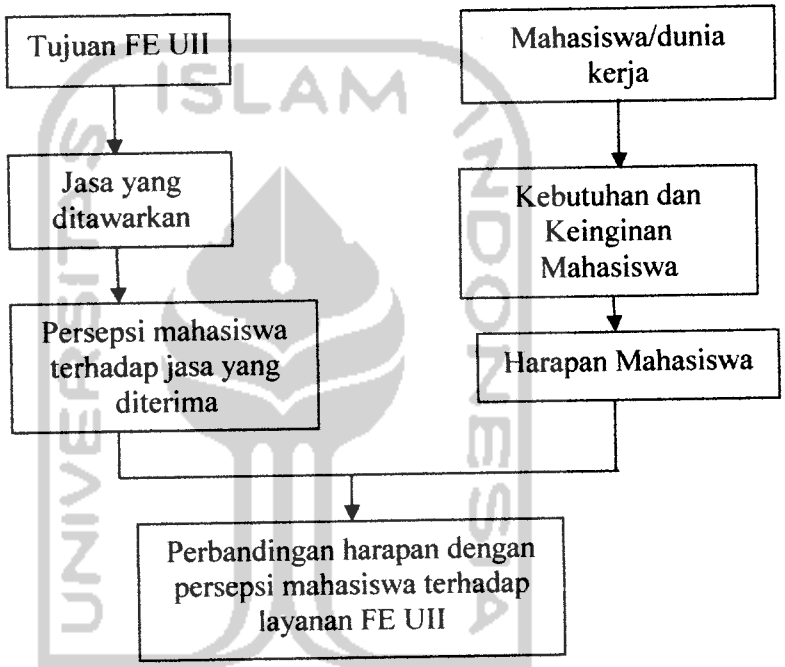
ketidakpuasan pelanggan merupakan nilai purna pembelian di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan.

Kottler (1997) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah kepuasan atau kekecewaan yang dirasakan oleh konsumen setelah membandingkan antara harapan dengan kenyataan yang ada. Lusch and Lusch (1987) berpendapat bahwa, kepuasan konsumen tumbuh apabila yang dirasakan lebih tinggi dari harapan yang didapatkan setelah memakai atau menggunakan suatu produk, sedangkan ketidakpuasan konsumen adalah jika tampilan lebih rendah dari harapan yang didapatkan setelah menggunakan suatu produk. Tjiptono (1998) menerangkan bahwa "Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau harapan kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah memakainya.

Dari batasan-batasan di atas, jelas tercermin bahwa setelah membeli suatu produk, pelanggan akan membandingkan dengan harapannya. Setelah itu, pelanggan mengungkapkan perasaan puas atau tidak puas. Jika pelanggan merasa tidak puas, institusi pemasar harus memutuskan bahwa hal itu disebabkan oleh harapan pelanggan yang terlalu tinggi dibanding dengan apa yang diperolehnya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kepuasan mahasiswa FE UII adalah perbandingan antara harapan yang diinginkan para mahasiswa pada saat mereka mendaftar menjadi mahasiswa FE UII dengan apa yang mereka rasakan setelah mengikuti perkuliahan (persepsi). Untuk

ukuran penelitian digunakan ukuran persepsi yaitu situasi yang dihadapi setelah mengikuti kuliah minimal satu semester sehingga mereka benar-benar memahami apa yang dihadapinya.

Apabila keadaan di atas digambarkan, maka akan terlihat perbandingan kepuasan tersebut sebagai berikut;



Gambar 2.3
Alur pikir pengukuran harapan, persepsi untuk melihat kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan FE UII

Kepuasan mahasiswa juga merupakan perbandingan antara harapan mahasiswa dengan realita yang dirasakan dan dialami mahasiswa setelah menerima produk dan jasa yang diberikan FE UII. Harapan mahasiswa harusnya dapat digunakan sebagai acuan dalam menentukan kualitas produk dan jasa dalam mengusahakan kepuasan mahasiswa. Untuk itu, diperlukan

kesediaan mendengar, mengamati mengenai harapan mahasiswa pada saat mendaftar di FE UII.

Penilaian mahasiswa terhadap layanan yang diberikan FE UII akan dinyatakan baik atau tidak tergantung pada apakah tingkat layanan yang diperoleh sesuai dengan atau melebihi harapannya. Hal ini menyebabkan pentingnya FE UII menentukan pola pelayanannya apabila ingin memuaskan mahasiswa atau pelanggannya dengan meletakkan harapan mahasiswa pada tingkat yang wajar. Jangan memberi penilaian yang terlalu rendah pada calon mahasiswa, dengan perkiraan bahwa apapun yang diberikan akan diterima oleh mahasiswa. Bila FE UII banyak mengobral janji-janji, hal tersebut akan meningkatkan harapan pelanggan ke suatu tingkat yang tidak realistis karena itu perlu lebih berhati-hati. Dorongan untuk mencapai sesuatu yang tumbuh dari diri calon mahasiswa dapat mengakibatkan harapan yang tinggi.

Berry dan Parasuraman dikutip dari Kotler (2000) mengatakan ada 5 faktor penentu kualitas jasa, yaitu (1) *Tangible* (berwujud) berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi, (2) *Reliability* (Kehandalan) merupakan kemapuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten, (3) *Responsiveness* (Daya Tanggap) merupakan kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dalam memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan, (4) *Assurance* (Jaminan atau kepastian) berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada

konsumen, (5) *Emphaty* (Empati) berupa kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.

Dari berbagai batasan uang telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan mahasiswa terjadi jika terpenuhinya suatu kebutuhan yang dirasakan mahasiswa terhadap apa yang diberikan oleh FE UII selama dia mengikuti perkuliahan yang dinyatakan dalam bentuk harapan dan persepsi. Dengan kata lain, perbedaan antara apa yang diharapkan mahasiswa pada saat mereka memasuki FE UII dengan apa yang mereka lihat, alami, terima, (persepsi) selama mengikuti program, yang disoroti dari lima dimensi kualitas pelayanan (*Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*). Kualitas pelayanan FE UII adalah situasi yang diciptakan oleh FE UII menuju peningkatan dan perbaikan persepsi mahasiswa FE UII.

2.6. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah kesimpulan sementara yang kebenarannya perlu diuji secara empiris. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat kesenjangan (gap) antara keinginan mahasiswa dengan pelayanan yang diberikan FE UII.
2. Mahasiswa belum merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan FE UII.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis data yang diperlukan

Jenis data yang diperlukan untuk menyusun laporan ini adalah data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber-sumbernya (dalam hal ini responden yang bersangkutan). Data primer ini diperoleh dengan metode:

1) Wawancara

Suatu proses tanya jawab lisan (wawancara) yang dilakukan secara langsung kepada pemilik maupun karyawan untuk memperoleh informasi sesuai yang dibutuhkan.

2) Kuisioner

Suatu teknik pengumpulan data dengan cara membagi-bagikan kuisioner kepada responden yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang kemudian di jawab sesuai dengan masalah yang ada.

b. Data sekunder adalah data yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer ataupun pihak lain, yang dapat dilakukan dengan cara: Studi pustaka yaitu mengumpulkan data dari berbagai sumber penulisan, baik berupa buku-buku atau literatur-literatur yang mendukung penelitian, serta yang berasal dari dalam perusahaan.

3.2. Populasi dan sampel

a. Populasi

Merupakan jumlah dari keseluruhan obyek (individu) yang akan diteliti pada wilayah tertentu. Dalam penelitian ini, populasinya adalah semua mahasiswa aktif Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

b. Sampel

Merupakan sebagian dari populasi yang diambil untuk diselidiki. Sampel penelitian meliputi sejumlah responden yang lebih besar dari persyaratan minimal yaitu sebanyak 30 responden. Menurut Guiford (1987:125), semakin besar sampel (makin besar nilai n = banyaknya elemen sampel) maka akan memberikan hasil yang lebih baik. Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti (Suratno dan Arsyad, 1998). Sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik konfinien atau *convenience sampling*. Pada teknik ini peneliti akan menentukan sampel berdasarkan sifat kemudahannya yaitu dengan cara mengambil sampel dari populasi yang mudah ditemui, yang kiranya dapat mewakili populasi. Sampel dalam penelitian ini ditentukan sebesar 100 orang mahasiswa Akuntansi FE UII dengan alasan keterbatasan waktu dan biaya yang dimiliki peneliti.

3.3. Variabel penelitian

a. Variabel Dependen:

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan sebelum membeli suatu barang atau jasa.

b. Variabel Independen

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi kualitas pelayanan, yaitu: *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tangkap), *assurance* (jaminan), dan *empathy*.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner

Adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut (Hussein Umar,2000).

Skala pengukuran angket menggunakan *skala Likert*, seperti:

Setuju sekali diberi bobot	: 5
Setuju diberi bobot	: 4
Cukup diberi bobot	: 3
Tidak setuju diberi bobot	: 2
Sangat tidak setuju diberi bobot	: 1

3.5. Metode Analisis Data

a. Uji Item Pertanyaan

Sebelum kuisioner dipergunakan dalam pengukuran sesungguhnya terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas item pertanyaan. Kuisioner disebarkan kepada responden yaitu mahasiswa akuntansi Fakultas Ekonomi UII, data dianalisis secara statistik dengan cara memberikan skor atau nilai 1 sampai dengan 5.

Proses pengolahan data dengan menggunakan program komputer SPSS 11.5.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antar data terkumpul dengan data sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti, sehingga dapat diperoleh hasil penelitian yang valid. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid.

Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2001:109).

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk (*construct validity*). Validitas konstruk menentukan validitas alat pengukur dan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh dari masing-masing item yang berupa pertanyaan atau pernyataan, dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari hasil penjumlahan semua skor item. Korelasi antara skor item dengan skor totalnya harus

signifikan berdasarkan ukuran statistik tertentu. Bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat disimpulkan bahwa alat pengukur tersebut mempunyai validitas. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan validitas konstruk dengan teknik korelasi *product moment* (sugiyono, 2001:182), dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{(n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)(n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

dimana :

r : Koefisien validitas

X : Skor pada subyek item n

Y : Skor total subyek

XY : Skor pada subyek item n dikalikan skor total

n : Banyaknya subyek

Syarat minimum untuk dianggap valid apabila nilai $r \geq 0,3$

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat kemampuan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data secara tetap dari sekelompok individu (Hadari Nawawi dan Mini Martani, 1991 : 190).

Uji reliabilitas adalah pengujian tingkat kemampuan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data secara tetap dari sekelompok individu. Suatu instrumen dapat dikatakan reliable/handal apabila memiliki nilai Alpha (α) lebih besar dari 0,60 (Nunnally dalam

Zethaml, Berry dan Parasuraman, 1996). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien alpha (α). Rumus yang digunakan untuk koefisien alpha cronbach (Saifudin Azwar , 2000 , 76) adalah sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{2(1-(S_1^2 + S_2^2)}{S_x^2}$$

dimana :

S_x^2 : Varians skor subyek pada keseluruhan tes x

S_1^2 : Varians skor belahan 1

S_2^2 : Varians skor belahan 2

α : Koefisien reliabilitas

b. Metode Gap

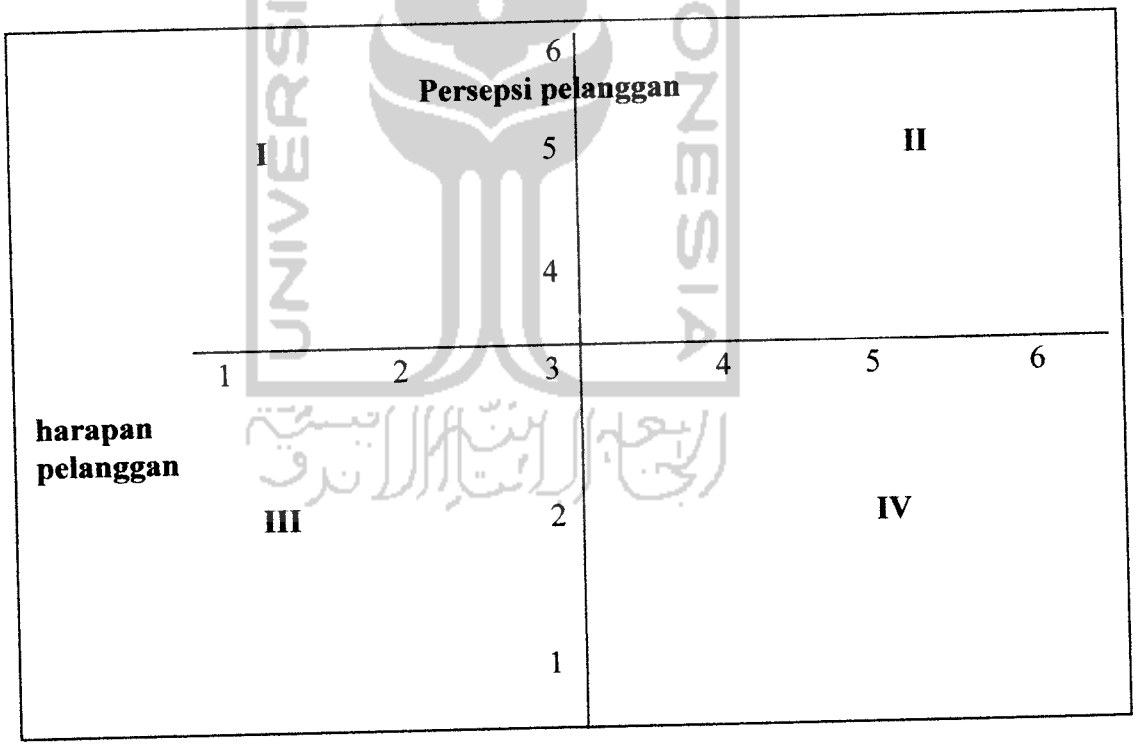
Gap merupakan perbedaan antara harapan dan persepsi, dihitung dengan cara mengurangkan persepsi dengan harapan konsumen (mahasiswa), dengan asumsi sebagai berikut:

- Jika nilai ekpectasi > nilai performance, maka pelayanan kurang atau tidak berkualitas.
- Jika nilai ekpectasi = nilai performance, maka pelayanan berkualitas.
- Jika nilai ekpectasi < nilai performance, maka pelayanan sangat berkualitas.

Gap positif akan diperoleh jika skor persepsi lebih besar dari skor harapan, sedangkan jika skor persepsi lebih kecil dari skor harapan maka akan diperoleh gap yang negatif.

c. Analisis Diagram Kartesius

Analisis ini menggambarkan bahwa atribut-atribut tersebut dapat memberikan bobot penilaian terhadap pelayanan diberikan oleh jasa pendidikan Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universistas Islam Indonesia kepada pelanggan.



Gambar 3.1
Diagram Kartesius

Secara detail masing-masing kuadran dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Kuadran I (perlu perubahan)

   Kuadran ini biasanya terletak dibagian sudut kiri atas. Dikuadran ini adalah situasi dimana konsumen atau pelanggan merasa keistimewaan khusus sangat penting dalam penggunaan jasa pendidikan di FE UII yang berorientasi pada pelayanan pendidikan, akan tetapi mengindikasikan kepuasan perceptual yang rendah dengan performa jasa pendidikan di FE UII. (kepentingan tinggi namun kinerja rendah).

2. Kuadran II (pekerjaan bagus- tidak perlu perubahan)

   Kudran II terletak disudut kanan atas. Situasi dimana pelanggan memberikan nilai tinggi terhadap keistimewaan yang disediakan dan puas dengan performa keistimewaan (kepentingan dan kinerja tinggi).

3. Kuadran III (jangan khawatir- prioritas rendah)

   Kuadran III terletak disudut kiri bawah. Situasi dimana keistimewaan khusus pada jasa pendidikan FE UII diperhatikan dengan performa rendah, namun konsumen tidak memperhatikan sebagai suatu kepentingan (kepentingan dan kinerja rendah).

4. Kuadran IV (terlalu berlebihan)

   Kuadran IV terletak disudut kanan bawah. Situasi dimana keistimewaan khusus jasa pendidikan FE UII dinilai sebagai performa yang baik, akan tetapi pelanggan hanya menambahkan sedikit kepentingan (kepentingan rendah namun kinerja tinggi).

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1. Uji Item Pertanyaan

4.1.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen indikator dari masing-masing variabel yang dapat digunakan atau mengukur variabel penelitian. Pada tingkat signifikansi 5% dari hasil uji validitas menunjukkan Tabel r diperoleh besarnya koefisien korelasi tabel sebesar r_{tabel}=0,276. Dengan demikian jika suatu item tingkat signifikansinya di bawah 5% (0,05) maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid; sebaliknya jika suatu item pertanyaan mempunyai nilai tingkat signifikansinya di atas 0,05, maka item pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid atau gugur, sehingga item pertanyaan tersebut tidak layak digunakan dalam kuesioner, berikut adalah hasil dari uji validitas:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Pertanyaan Performance

No.	Kategori	Pearson correlation	Signifikansi	Status
1	Tangibles			
	- Item 1	0,866	0,000	Valid
	- Item 2	0,731	0,000	Valid
	- Item 3	0,774	0,000	Valid
	- Item 4	0,796	0,000	Valid
	- Item 5	0,512	0,004	Valid
2.	Reliability			
	- Item 1	0,400	0,028	Valid
	- Item 2	0,405	0,026	Valid
	- Item 3	0,418	0,021	Valid
	- Item 4	0,379	0,039	Valid
	- Item 5	0,504	0,005	Valid
3	Responsiveness			
	- Item 1	0,643	0,000	Valid
	- Item 2	0,879	0,000	Valid
	- Item 3	0,814	0,000	Valid
	- Item 4	0,790	0,000	Valid
	- Item 5	0,577	0,001	Valid
4	Assurance			
	- Item 1	0,539	0,002	Valid
	- Item 2	0,441	0,015	Valid
	- Item 3	0,443	0,017	Valid
	- Item 4	0,634	0,000	Valid
	- Item 5	0,633	0,000	Valid
5	Emphaty			
	- Item 1	0,778	0,000	Valid
	- Item 2	0,676	0,000	Valid
	- Item 3	0,701	0,000	Valid
	- Item 4	0,556	0,001	Valid
	- Item 5	0,490	0,006	Valid

Sumber : data diolah 2007

Tabel 4.2.
Hasil Uji Validitas Pertanyaan Expectation

No.	Kategori	Pearson correlation	Signifikansi	Status
1	Tangibles			
	- Item 1	0,650	0,000	Valid
	- Item 2	0,519	0,003	Valid
	- Item 3	0,574	0,001	Valid
	- Item 4	0,631	0,000	Valid
	- Item 5	0,671	0,000	Valid
2.	Reliability			
	- Item 1	0,376	0,041	Valid
	- Item 2	0,463	0,010	Valid
	- Item 3	0,532	0,002	Valid
	- Item 4	0,521	0,003	Valid
	- Item 5	0,378	0,039	Valid
3	Responsiveness			
	- Item 1	0,625	0,000	Valid
	- Item 2	0,795	0,000	Valid
	- Item 3	0,901	0,000	Valid
	- Item 4	0,868	0,000	Valid
	- Item 5	0,818	0,000	Valid
4	Assurance			
	- Item 1	0,386	0,035	Valid
	- Item 2	0,369	0,045	Valid
	- Item 3	0,381	0,038	Valid
	- Item 4	0,482	0,007	Valid
	- Item 5	0,491	0,006	Valid
5	Emphaty			
	- Item 1	0,551	0,002	Valid
	- Item 2	0,626	0,000	Valid
	- Item 3	0,560	0,001	Valid
	- Item 4	0,627	0,000	Valid
	- Item 5	0,480	0,007	Valid

Sumber : data diolah 2007

4.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi dari suatu alat ukur didalam mengukur gejala yang sama atau membuat hasil-hasil yang

konsisten. Dalam melakukan uji reliabilitas digunakan metode pengukuran Reliabilitas Alpha Cronbach (α) karena setiap butir pertanyaan menggunakan skala pengukuran interval.

Suatu instrumen dapat dikatakan reliable/handal apabila memiliki nilai Alpha (α) lebih besar dari 0,60 (Nunnally dalam Zethaml, Berry dan Parasuraman, 1996). Berikut adalah hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.3.
Hasil Uji Reliability Performance

No.	Kategori	α	Status
1	Tangibles	0,7664	Reliable
2	Reliability	0,6025	Reliable
3	Responsiveness	0,8044	Reliable
4	Assurance	0,7658	Reliable
5	Emphaty	0,6121	Reliable

Sumber : data diolah 2007

Tabel 4.4.
Hasil Uji Reliability Expectation

No.	Kategori	α	Status
1	Tangibles	0,6723	Reliable
2	Reliability	0,7958	Reliable
3	Responsiveness	0,8612	Reliable
4	Assurance	0,6747	Reliable
5	Emphaty	0,6809	Reliable

Sumber : data diolah 2007

Berdasarkan tabel 4.3 dan 4.4 menunjukkan bahwa semua item yang termasuk ke dalam lima kategori tersebut semuanya *reliable* atau handal dan dapat digunakan untuk pengujian berikutnya.

4.2. Analisis Deskriptif

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

4.2.1. Karakteristik Responden

4.2.1.1. Jenis kelamin responden

Tabel 4.5.
Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin	Jumlah	presentase
Pria Wanita	59 41	59 41
Jumlah	100	100

Sumber : data diolah 2007

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden diwakili oleh pria. Responden pria berjumlah 59 orang atau 59% dan wanita 41 orang Atau 41%, dari 100 orang responden.

4.2.1.2. Jumlah SKS

Tabel 4.6.
Jumlah SKS Yang Sudah Ditempuh Responden

Jumlah SKS	Jumlah	presentase
< 40	11	11
40-79	46	46
80-130	37	37
> 130	6	6
Jumlah	100	100

Sumber : data diolah 2007

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah SKS yang sudah ditempuh responden antara 40-79 SKS merupakan yang paling banyak yaitu berjumlah 46 orang atau sebesar 46%, hal ini dikarenakan pada masa responden menempuh SKS sebanyak 40-79 SKS tersebut merupakan mahasiswa yang masih aktif berada di kampus sehingga mudah ditemukan.

4.3. Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan sifat dari suatu jasa. Penelitian ini menggunakan atribut (dimensi) kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Parasuraman et.al (1988), yang meliputi lima dimensi yaitu, *tangibles* (fisik, saran komunikasi, dan perlengkapan), *reliability* (pelayanan dengan segera yang memuaskan sesuai dengan yang dijanjikan), *responsiveness* (kecakapan dalam memberikan layanan), *assurance* (kemampuan dalam memberikan jaminan layanan), *empathy* (kemampuan memahami keinginan mahasiswa).

Kelima dimensi itu disebut *service quality*, yang merupakan suatu alat ukur terhadap kualitas pelayanan.

Dari lima dimensi tersebut dijabarkan menjadi 25 pertanyaan yang bervariasi, dimana masing-masing dimensi memiliki jumlah lima item pertanyaan. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan penilaian pelangggan terhadap tingkat layanan yang dirasakan (persepsi). Dengan tingkat layanan yang diharapkan. Dengan begitu akan terdapat perbedaan antara harapan dan persepsi, dengan asumsi sebagai berikut:

- Jika nilai harapan > nilai persepsi, maka pelayanan kurang atau tidak berkualitas.
- Jika nilai harapan = nilai persepsi, maka pelayanan berkualitas.
- Jika nilai harapan < nilai persepsi, maka pelayanan sangat berkualitas.

4.3.1. Analisis Diagram Katesius

Analisis ini berdasarkan hasil penelitian tingkat kepentingan dan hasil penelitian kinerja atau penampilan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor harapan. Semakin tinggi tingkat kesesuaian berarti semakin besar kepuasan mahasiswa akuntansi.

Untuk mengukur tingkat kesesuaian ini digunakan rumus :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} x100\%$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja

Yi = Skor harapan mahasiswa akuntansi

Sebagai contoh pada item pertanyaan Ruang perkuliahan di Fakultas Ekonomi UII bersih rapi dan nyaman dengan skor kinerja (Xi) = 2,39 dan skor harapan (Yi) sebesar 3,24 maka besarnya tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% = \frac{2,39}{3,24} \times 100\ \% = 73,77\%$$

Begitu juga dengan perhitungan untuk item-item yang lain dapat dilakukan dengan cara yang sama seperti pada lampiran. Hasil selengkapnya tingkat kesesuaian dapat dilihat pada tabel 4.7 :

Tabel 4.7
Tingkat Kesesuaian Expectation dan Performance Fakultas Ekonomi UII

DIMENSI	PERFORMANCE	EXPECTATION	GAP	TK. KESESUAIAN
ANGIBLES				
Item Pertanyaan I	2.39	3.24	-0.85	73.77
Item Pertanyaan II	2.65	3.17	-0.52	83.60
Item Pertanyaan III	2.66	3.17	-0.51	83.91
Item Pertanyaan IV	2.38	3.16	-0.78	75.32
Item Pertanyaan V	3.38	3.01	0.37	112.29
Rata-rata	**2.69**	**3.15**	**-0.46**	**85.78**
ELIABILITY				
Item Pertanyaan I	3.13	3.11	0.02	100.64
Item Pertanyaan II	2.97	3.40	-0.43	87.35
Item Pertanyaan III	2.37	3.23	-0.86	73.38
Item Pertanyaan IV	2.80	3.02	-0.22	92.72
Item Pertanyaan V	2.90	2.98	-0.08	97.32
Rata-rata	**2.83**	**3.15**	**-0.31**	**90.28**
ESPONSIVENESS				
Item Pertanyaan I	2.99	3.63	-0.64	82.37
Item Pertanyaan II	3.22	3.64	-0.42	88.46
Item Pertanyaan III	3.40	3.62	-0.22	93.92
Item Pertanyaan IV	3.00	3.62	-0.62	82.87
Item Pertanyaan V	3.22	3.71	-0.49	86.79
Rata-rata	**3.17**	**3.64**	**-0.48**	**86.88**
SSURANCE				
Item Pertanyaan I	3.4	3.87	-0.47	87.86
Item Pertanyaan II	2.67	3.76	-1.09	71.01
Item Pertanyaan III	3.07	3.64	-0.57	84.34
Item Pertanyaan IV	3.02	3.62	-0.60	83.43
Item Pertanyaan V	3.08	3.28	-0.20	93.90
Rata-rata	**3.05**	**3.63**	**-0.59**	**84.11**
EMPHATY				
Item Pertanyaan I	3.42	3.17	0.25	107.89
Item Pertanyaan II	2.61	3.43	-0.82	76.09
Item Pertanyaan III	3.04	3.64	-0.60	83.52
Item Pertanyaan IV	3.34	3.43	-0.09	97.38
Item Pertanyaan V	3.31	3.24	0.07	102.16
Rata-rata	**3.14**	**3.38**	**-0.24**	**93.41**

ber : Data primer diolah, 2007

a. Tangibles

Dimensi *Tangibles* menunjukkan, kemampuan Fakultas Ekonomi UII untuk melaksanakan jasa fasilitas yang baik. Fakultas Ekonomi UII dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi mahasiswa akuntansi, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,15) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (2,69), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 85,78%. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Fakultas Ekonomi UII dengan kualitas pelayanan yang diharapkan mahasiswa akuntansi pada atribut *tangibles*. Gap yang paling besar terdapat pada item ruang perkuliahan di Fakultas Ekonomi UII bersih, rapih dan nyaman (item pertanyaan I) sebesar -0,85.

b. Dimensi Reliability

Dimensi *Reliability* menunjukkan, kemampuan perguruan tinggi untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Fakultas Ekonomi UII dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi mahasiswa akuntansi, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,15) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (2,83), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 90,28%. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Fakultas Ekonomi UII dengan kualitas pelayanan yang diharapkan mahasiswa pada atribut *Reliability*. Gap yang paling besar terdapat pada

item Dosen dan karyawan terbuka untuk ditanya (item pertanyaan ke III) yaitu sebesar -0,86.

c. Dimensi Responsiveness

Dimensi *responsiveness* menunjukkan, kemauan untuk membantu mahasiswa akuntansi dan memberikan jasa dengan cepat dan tanggap. Fakultas Ekonomi UII dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi mahasiswa akuntansi, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,64) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (3,17), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 86,88%. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Fakultas Ekonomi UII dengan kualitas pelayanan yang diharapkan mahasiswa pada atribut *responsiveness.* Gap yang paling besar terdapat pada item Karyawan di Fakultas Ekonomi UII santun dalam memberikan pelayanan (item pertanyaan I) yaitu sebesar -0,64.

d. Dimensi Assurance

Dimensi *Assurance* menunjukkan, pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Fakultas Ekonomi UII dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi mahasiswa akuntansi, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,63) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (3,05), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 84,11%.

Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Fakultas Ekonomi UII dengan kualitas pelayanan yang diharapkan mahasiswa akuntansi pada atribut *assurance.* Gap yang paling besar terdapat pada item Jaminan keamanan yang diberikan pihak Fakultas Ekonomi UII, dalam selama masa perkuliahan (item pertanyaan II) yaitu sebesar -1,09.

e. Dimensi Emphaty

Dimensi *emphaty* menunjukkan, kepedulian, memberi perhatian pribadi bagi mahasiswa akuntansi. Fakultas Ekonomi UII dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi mahasiswa akuntansi, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,38) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (3,14), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 93,41%. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Fakultas Ekonomi UII dengan kualitas pelayanan yang diharapkan mahasiswa akuntansi pada atribut *emphaty.* Gap yang paling besar terdapat pada item Kemampuan dosen karyawan dalam melakukan komunikasi (item pertanyaan II) yaitu sebesar –0,82.

Selanjutnya dari hasil rata-rata kinerja dan kepentingan mahasiswa terhadap Fakultas Ekonomi UII dapat dilakukan analisis diagram kartesius. Analisis Diagram Kartesius bertujuan untuk mengetahui kepuasan mahasiswa akuntansi terhadap kualitas pelayanan pada Fakultas Ekonomi UII. Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi

langkah-langkah perbaikan melalui peningkatan pelayanan pada jasa tersebut. Langkah ini adalah menjabarkan variabel ke dalam diagram kartesius berdasarkan penilaian *performance* (kinerja) FE-UII dan penilaian Harapan. Sebagai sumbu X adalah *Performance* (Kinerja) FE-UII dan sumbu Y adalah harapan mahasiswa akuntansi.

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

$\bar{\bar{X}}$ = Skor rata-rata seluruh faktor tingkat kinerja Fakultas Ekonomi UII

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

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

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

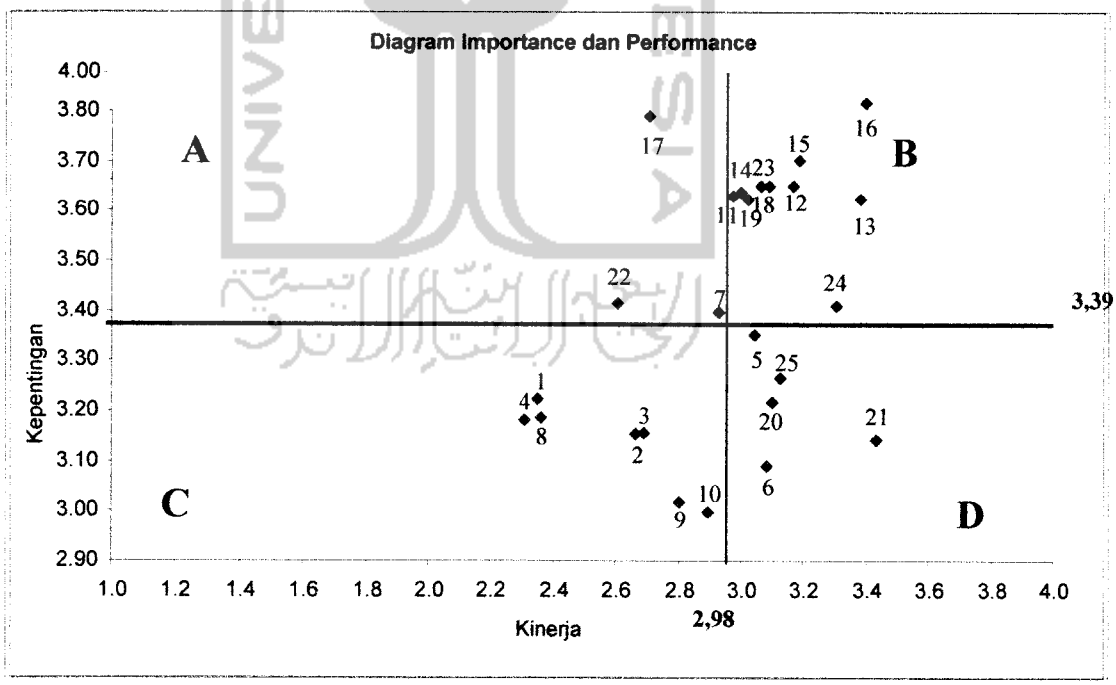
$$\bar{\bar{X}} = \frac{2{,}39+2{,}65+2{,}66+ \ldots . + 3{,}31}{25} = 2{,}98$$

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{3{,}24+3{,}17+3{,}17+ \ldots . + 3{,}24}{25} = 3{,}39$$

Hasil perhitungan Analisis Diagram Kartesius pada pelayanan Fakultas Ekonomi UII dapat ditunjukkan pada tabel berikut sebagai berikut:

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata kinerja sebesar 2,98 dan rata-rata nilai harapan adalah sebesar 3,39. Selanjutnya angka rata-rata kinerja dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan

sumbu X dan nilai rata-rata kepentingan dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu Y. Dalam menggambarkan diagram kartesius akan terbagi ke dalam 4 kuadran. Kuadran A yaitu untuk item yang nilai kinerja kurang dari 2,98 dan nilai kepentingannya diatas 3,39. Untuk Kuadran B, yaitu item-item yang memiliki nilai kinerja diatas 2,98 dan nilai kepentingannya diatas 3,39. Untuk kuadran C yaitu item yang memiliki nilai kinerja kurang dari 2,98 dan nilai kepentingannya kurang dari 3,39. Sedangkan pada kuadran D berisi item-item yang memiliki nilai kinerja lebih dari 2,98 tetapi nilai kepentingannya kurang dari 3,39. Selanjutnya dari data yang diperoleh pada tabel 4.8. Di atas dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut :



Gambar 4.1
Diagram Kartesius kualitas pelayanan pada Fakultas Ekonomi UII

Berdasarkan gambar 4.1 di atas menunjukkan beberapa dimensi berada pada kuadran yang berbeda-beda. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran A

Variabel yang berada pada kuadran A artinya variabel ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata tetapi tingkat kepentingan mahasiswa akuntansi cukup tinggi. Varibel-variabel ini penanganannya perlu diprioritaskan oleh FE-UII, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh mahasiswa akuntansi, sedangkan kinerjanya masih belum memuaskan.

Variabel-variabel yang ada dalam kuadran A adalah :

a) Variabel 7 yaitu birokrasi dalam menyelesaikan perkuliahan tidak berbelit-belit.
b) Variabel 17 yaitu jaminan keamanan yang diberikan pihak Fakultas Ekonomi UII, dalam selama masa perkuliahan.
c) Variabel 22 yaitu kemampuan dosen karyawan dalam melakukan komunikasi.

Strategi pada kuadran ini adalah fakultas harus memprioritaskan penanganannya, artinya fakultas harus meningkatkan kinerja pada kuadran ini. Dengan demikian strategi yang dilakukan pihak Fakultas Ekonomi UII harus memprioritaskan pada peningkatan kinerja atau *performance* pada variabel ini yaitu dengan cara meningkatkan dimensi *reliability*, *Assurance*, dan *emphaty* seperti training karyawan, selain itu peningkatan sumber daya manusia harus ditingkatkan melalui keterampilan

karyawannya sehingga karyawan dan dosen memiliki kemampuan dalam melakukan komunikasi dengan para mahasiswa, tidak membuat birokrasi yang berbelit-belit yang menyusahkan mahasiswa.

2. Kuadran B

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

a) Variabel 11 yaitu Karyawan di Fakultas Ekonomi UII santun dalam memberikan pelayanan.

b) Variabel 12 yaitu Keluhan mahasiswa dapat diperhatikan.

c) Variabel 13 yaitu Pembimbing skripsi tidak mempersulit mahasiswa dalam menyelesaikan skripsinya.

d) Variabel 14 yaitu Waktu perkuliahan dapat dipergunakan dengan baik oleh dosen.

e) Variabel 15 yaitu Waktu konsultasi skripsi tidak dipersulit oleh dosen pembimbing.

f) Variabel 16 yaitu Fakultas Ekonomi UII dapat memahami kesulitan mahasiswa.

g) Variabel 18 yaitu Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi UII dapat bersikap bersahabat.

h) Variabel 19 yaitu Fakultas Ekonomi UII dapat memahami minat dan kebutuhan belajar mahasiswa.

i) Variabel 23 yaitu karyawan dan dosen dapat memahami kebutuhan dan keinginan mahasiswa.

j) Variabel 24 yaitu kejelasan dan ketepatan karyawan dalam memberikan informasi.

Dengan demikian fakultas harus mempertahankan prestasi yang dimaksud adalah harus dapat mempertahankan kesepuluh variabel di atas yang telah dinilai oleh mahasiswa akuntansi sebagai pelayanan yang memuaskan. Strategi yang dilakukan oleh Fakultas Ekonomi UII dimana fakultas mengedepankan kecepatan dan kehandalan pada karyawan yang bekerja yaitu dengan merekrut karyawan yang mayoritas telah berpendidikan dan memiliki pengetahuan mengenai mengajar dan belajar terutama ilmu ekonomi yang baik sehingga karyawan dan dosen yang bekerja telah memiliki kecakapan yang baik, menepati janji-janji yang diberikan dengan memberikan kualitas pelayanan yang prima, akurat dalam pelaporan. Selain itu pihak manajemen fakultas ini juga telah memberikan kemudahan dalam prosedur mengakses informasi mengenai fakultas yang mudah dan gampang dan menggunakan fasilitas fakultas tanpa syarat yang berbelit-belit. Begitu juga dengan karyawan yang telah ditanamkan selalu bersikap sopan, ramah dan rasa kekeluargaan terjalin dengan mahasiswa akuntansi serta keamanan yang baik.

3. Kuadran C

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

kepentingan mahasiswa akuntansi rendah namun kinerja yang rendah dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi mahasiswa akuntansi ketika menggunakan kualitas pelayanan pada Fakultas Ekonomi UII. Variabel yang ada pada kuadran ini adalah :

a) Variabel 1 yaitu Ruang perkuliahan di Fakultas Ekonomi UII bersih rapi dan nyaman.
b) Variabel 2 yaitu Ruang perkuliahan di Fakultas Ekonomi UII dilengkapi dengan audiovisual dan alat-alat tulis.
c) Variabel 3 yaitu Sarana yang lengkap untuk mendukung perkuliahan di Fakultas Ekonomi UII.
d) Variabel 4 yaitu Administrasi di Fakultas Ekonomi UII tidak bertele-tele.
e) Variabel 8 yaitu Dosen dan karyawan terbuka untuk ditanya.
f) Variabel 9 yaitu Dosen dan karyawan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang memadai.
g) Variabel 10 yaitu Dosen dan karyawan datang tepat waktu.

Dengan demikian strategi yang dilakukan fakultas ekonomi harus memberikan perhatian dan pengelolaan yang serius pada ketiga variabel di atas, karena ketidakpuasan mahasiswa akuntansi pada umumnya berawal dari variabel-variabel ini. Walaupun perhatian telah diberikan kepada setiap mahasiswa akuntansi, namun demikian pada saat-saat tertentu ketika karyawan merasa kewalahan dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa akuntansi dapat melakukan hal yang

membuat mahasiswa akuntansi merasa tidak puas, karyawan yang memiliki keterampilan kurang memadai membuat tidak nyaman bagi mahasiswa akuntansi. Untuk itu pihak manajemen harus memperhatikan variabel-variabel ini. Karyawan harus lebih banyak diberi bimbingan, baik bimbingan kerohanian maupun bimbingan kejiwaan, serta memberikan liburan berkala untuk karyawan agar tidak terdapat kejenuhan dan bekerja menjadi giat kembali. Fakultas Ekonomi UII sebaiknya melengkapi semua peralatan yang dibutuhkan mahasiswa akuntansi, dengan tujuan untuk memudah mahasiswa dalam mengakses segala yang berhubungan dengan fakultas.

4. Kuadran D

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

a) Variabel 5 yaitu Pengaturan jam perkuliahan tidak bentrok satu sama lainnya.

b) Variabel 6 yaitu Dosen menguasai materi perkuliahan yang disampaikan.

c) Variabel 20 yaitu Fakultas Ekonomi UII menghargai keberadaan mahasiswa.

d) Variabel 21 yaitu Perhatian dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi UII memberikan perhatian terhadap perkembangan mahasiswa.

e) Variabel 25 yaitu Fakultas Ekonomi UII, dapat memberikan keringanan uang kuliah dalam kondisi tertentu.

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

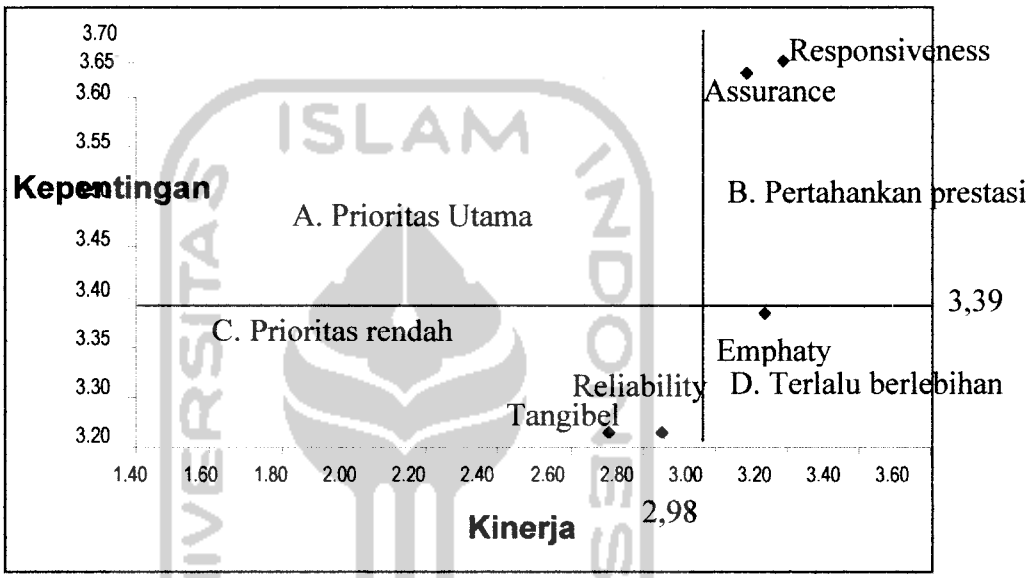
Sedangkan Analisis koordinat kartesius perdimensi didasarkan pada koordinat kartesius antara Fakultas Ekonomi UII terhadap kepentingan pada keseluruhan dimensi yang ada. Hasil indeks kinerja dan indek kepentingan mahasiswa akuntansi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8
Koordinat *Importance – Performance Analisys* Per Dimensi

Dimensi	Indeks Ekpectasi	Indeks Performance
Tangible	3,15	2,69
Reliability	3,15	2,83
Responsiveness	3,64	3,17
Assurance	3,63	3,05
Emphaty	3,38	3,14
Rata-rata	**3,39**	**2,98**

Sumber : Data primer diolah, 2007

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata *performance* sebesar 2,98 dan rata-rata nilai kepentingan adalah sebesar 3,39. Selanjutnya dari data yang diperoleh pada tabel 4.9 di atas dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut :



Gambar 4.2
Diagram Importance / Performance Matrik kualitas pelayanan pada Fakultas Ekonomi UII Per Dimensi

Berdasarkan gambar 4.2 di atas menunjukkan beberapa dimensi berada pada kuadran yang berbeda-beda. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

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

dinilai sangat penting oleh mahasiswa akuntansi, sedangkan *performance*-nya masih belum memuaskan.

Untuk kasus di atas tidak terdapat dimensi yang ada dalam kuadran A

2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Variabel yang masuk dalam kuadran B merupakan kekuatan fakultas karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dengan performance yang tinggi pula. Dimensi kualitas pelayanan yang berada pada kuadran B adalah dimensi *responsiveness* dan *Assurance*. Untuk itu strategi FE-UII harus mempertahankan kualitas pelayanan pada kedua dimensi ini karena telah dinilai baik oleh mahasiswa akuntansi sesuai dengan harapannya.

3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Variabel yang berada pada kuadran C adalah variabel yang memiliki tingkat performance dan importance relatif rendah. Walaupun tingkat kepentingan mahasiswa akuntansi rendah namun performance yang rendah dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi mahasiswa akuntansi ketika menggunakan jasa-jasa yang ditawarkan oleh Fakultas Ekonomi UII. Dimensi yang termasuk dalam kuadran ini adalah dimensi *Reliability* dan *Tangibles*. Untuk itu strategi yang dilakukan pihak fakultas harus meningkatkan pada dimensi ini dengan cara meningkatkan kepedulian dan perhatian serta dari segi fisik Fakultas Ekonomi UII perlu adanya perbaikan fasilitas fisik.

4. Kuadran D (Terlalu Berlebihan)

Variabel yang berada pada kuadran D adalah variabel yang memiliki *performance* yang menurut mahasiswa akuntansi sangat baik, tetapi variabel ini memiliki tingkat kepentingan yang tidak begitu penting. Dimensi yang termasuk dalam kuadran ini adalah dimensi *Emphaty*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Mahasiswa akuntansi belum merasa puas dikarenakan masih terdapat gap yang negatif antara kualitas pelayanan yang diharapkan dengan kualitas pelayanan yang diterima oleh mahasiswa akuntansi hal ini dapat dilihat dari kelima dimensi (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Emphaty, dan Assurance*) Fakultas Ekonomi UII belum mampu memenuhi harapan bagi mahasiswa akuntansi, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,39) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (2,98), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 88,09%. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Fakultas Ekonomi UII dengan kualitas pelayanan yang diharapkan mahasiswa akuntansi. Dimensi yang paling perlu mendapatkan perhatian adalah *assurance* karena terdapatnya gap yang paling besar. Dari gap tersebut dapat diketahui bahwa dimensi yang paling memuaskan mahasiswa akuntansi adalah dimensi *emphaty* karena terdapat gap yang paling kecil.
2. Dimensi yang paling memuaskan konsumen adalah dimensi *responsiveness* (Pembimbing skripsi tidak mempersulit mahasiswa dalam

menyelesaikan skripsinya) karena memiliki rata-rata kinerja yang lebih tinggi daripada dimensi yang lain.

3. Hasil dari perhitungan untuk diagram kartesius adalah untuk $\bar{x} = 2{,}98$ dan untuk $\bar{y} = 3{,}39$, jadi kinerja mahasiswa akuntansi terhadap mutu pelayanan jasa Fakultas Ekonomi UII, terletak pada kuadran B (Dimensi *Responsiveness* dan Dimensi *Assurance*) yaitu pekerjaan bagus dan tidak perlu ada perubahan dimana mahasiswa akuntansi memberikan nilai tertinggi terhadap keistimewaan yang disediakan dan puas dengan kinerja keistimewaan seperti kinerja para dosen dalam memberi pelajaran sudah baik (kepentingan dan kinerja yang tinggi).

5.2. Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut;

1. Penelitian ini hanya menggunakan sampel 100 orang, sehingga hasilnya mungkin kurang dapat mewakili persepsi mahasiswa ekonomi jurusan akuntansi.
2. Responden yang mengisi kuisioner sebaiknya orang yang sama ketika masuk dan ketika lulus dari Fakultas Ekonomi, sehingga dapat diketahui benar harapan pada saat masuk dan kinerja yang dirasakan pada saat lulus. Namun hal ini tidak mungkin karena adanya keterbatasan waktu.

3. Penelitian ini hanya mengamati dari segi mahasiswa, sebaiknya untuk penelitian berikutnya, dilakukan penelitian dari segi orang tua mahasiswa, karena orang tua mahasiswa juga merupakan penentu dalam menentukan tempat belajar.
4. Penelitian ini menggabungkan semua angkatan, sebaiknya untuk penelitian selanjutnya dipisahkan antara mahasiswa awal atau baru dengan mahasiswa lama berdasarkan tahun masuknya, hal ini dimaksudkan agar mengetahui detailnya kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa.

5.3. Kontribusi Penelitian

Beberapa kontribusi dalam penelitian ini adalah:

- Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh ketua jurusan akuntansi sebagai salah satu pertimbangan dalam membuat keputusan dalam pengembangan belajar dan mengajar pada jurusan akuntansi, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan belajar-mengajar pada tingkat fakultas khususnya dan universitas secara umum.
- Bagi pihak-pihak yang berkepentingan baik pihak jurusan dan mahasiswa akuntansi diharapkan akan menambah pengetahuan mengenai kepuasan konsumen dengan adanya pengukuran tingkat kepuasan mahasiswa.
- Bagi mahasiswa baru penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan pertimbangan dalam menentukan universitas mana yang akan dimasukinya.

5.4. Saran

Berdasarkan dari hasil analisis data dan kesimpulan, penulis menyampaikan beberapa saran yang bersangkutan dengan penelitian ini kepada Fakultas Ekonomi UII sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan pelayanan, yaitu antara lain:

1. Pihak pimpinan Fakultas Ekonomi UII perlu meningkatkan kualitas pelayanannya pada dimensi *assurance*, karena dari hasil penelitian diperoleh bahwa gap pada dimensi tersebut merupakan yang paling tinggi diantara keempat gap dimensi kualitas pelayanan yang lainnnya, seperti jaminan keamanan kendaraan dan jaminan kenyaman dalam belajar dan mengajar perlu ditingkatkan .
2. Pihak pimpinan Fakultas Ekonomi UII perlu mempertahankan kualitas layanannya pada dimensi *emphaty* yaitu kehandalan dalam memberikan layanan, karena pada dimensi *emphaty* memiliki gap yang paling kecil diantara keempat gap dimensi kualitas pelayanan yang lain, seperti perhatian dosen dan karyawan dalam melayani kebutuhan mahasiswa, hal ini perlu dipertahankan.
3. Pihak pimpinan Fakultas Ekonomi UII perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan produk jasa yang ditawarkan dengan melakukan pengontrolan secara periodik terhadap produk jasa yang ditawarkan, seperti melakukan evaluasi kerja secara periodik.
4. Pihak pimpinan Fakultas Ekonomi UII secara terus-menerus meningkatkan program pengembangan sumber daya manusia, karena

sumber daya manusia merupakan hal yang paling penting, guna pencapaian rencana strategis perusahaan, seperti memberikan pelatihan mengenai pelayanan dan teknologi yang dapat membantu pelayanan kepada mahasiswa.

5. Pihak Jurusan Akuntansi, baik dosen maupun karyawan perlu meningkatkan keramahan dalam pelayanan yang diberikan dengan salah satu caranya yaitu dapat berkomunikasi lebih terbuka dengan mahasiswa.
6. Pihak pimpinan Fakultas Ekonomi UII sebaiknya perlu mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan adalah memuaskan mahasiswa atau tidak, maka pimpinan Fakultas Ekonomi UII perlu melakukan survei terhadap kepuasan konsumen secara periodik, seperti melibatkan mahasiswa dalam survei dengan melakukan penyebaran angket pertanyaan mengenai kepuasan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2001.

Engel, James F dan Rekan, *Perilaku Konsumen,* Edisi kedelapan (Alih Bahasa : FX. Budijanto), Bina Rupa Aksara, Jakarta, 1995.

Guiford, *Essentials of Econometric*, Second Edition, McGraw-Hill Companies, United State, 1987

Irawan, Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan,* Rineka Cipta, Jakarta, 2002

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta, Salemba Empat, 1995

———— , *Analisis Manajemen Pemasaran, Perencanaan, implementasi, dan Pengontrolan*, PT Perenhallindo, Jakarta, 1997

———— , *Manajemen Pemasaran*, Salemba Empat, Jakarta, 2000

Nawawi, Hadari dan Martani Mini, 1991, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Gajah mada Pers, Yogyakarta

Pedoman Penulisan Skripsi, *untuk Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Islam Indonesia*, Tim UII Press, 2003.

Parasuraman, Zeithml dan Berry, "*Delivery Quality Service Balancing Perseptions and Expectation*", New York: The Free Press, 1996.

Richard F. Gerson, *Costumer satisfaction*, Salemba Empat, Jakarta, 2001.

Sihombing, Umberto, *Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Pelayanan, Studi Kasus Terhadap Mahasiswa Program Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Trianandra Jakarta*, Jurnal, 2003

Sugiyono, *Statistik Nonparametis untuk penelitian,* CV Alfabeta, Bandung, 2001.

Supranto, J, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan,* Rineka Cipta, Jakarta, 2001.

Suratno dan Arsyad, *Metode Penelitian*, Binarupa Aksara, Jakarta, 1998

Tjiptono, Fandy, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa,* cetakan II, Andi Offset, Yogyakarta, 2002.

Umar, Husein, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis,* PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2000.

HALAMAN LAMPIRAN

Kepada Yang terhormat

Saudara Responden Penelitian

Di Tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, maka kami diharuskan untuk melakukan suatu penelitian ilmiah. Oleh karena itu, untuk mendapat data yang nyata kami memohon bantuan saudara untuk menjadi responden penelitian, yaitu dengan mengisi daftar pertanyaan atau pernyataan yang telah kami susun. Untuk hal tersebut, maka identitas saudara kami jamin kerahasiaannya. Pertanyaan atau pernyataan ini dimaksudkan untuk memperoleh jawaban dari saudara, tentang topik yang kami bahas mengenai "ANALISIS TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI TERHADAP PELAYANAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA".

Karenanya, kebenaran dan kelengkapan data yang diperoleh dari jawaban saudara akan sangat membantu kami dalam mencapai maksud tersebut. Demikianlah, atas partisipasi dan bantuan saudara, peneliti mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat saya,

IDENTITAS RESPONDEN

Mohon dijawab pertanyaan dibawah ini sesuai dengan keadaan Anda.

A. Data Responden

1. Nama : .....(boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan (*)

B. Pendidikan

1. Jumlah SKS yang telah ditempuh : .....
2. Angkatan : .....

Keterangan :

a. (*) coret yang tidak perlu

Petunjuk pengisian:

Berilah tanda (√) pada salah satu alternative jawaban yang anda pilih.

Variabel Persepsi Mahasiswa

1. *Tangibles*

No.	Pernyataan	STS	TS	C	S	SS
1.	Ruang perkuliahan di Fakultas Ekonomi UII bersih, rapih, dan nyaman.					
2.	Ruang perkuliahan di Fakultas Ekonomi UII dilengkapi dengan audiovisual dan alat-alat tulis.					
3.	Sarana yang lengkap untuk mendukung perkuliahan di Fakultas Ekonomi UII.					
4.	Administrasi di Fakultas Ekonomi UII tidak bertele-tele.					
5	Pengaturan jam perkuliahan tidak bentrok satu sama lainnya.					

2. *Reliability*

No.	Pernyataan	STS	TS	C	S	SS
1.	Dosen menguasai materi perkuliahan yang disampaikan.					
2.	Birokrasi dalam menyelesaikan perkuliahan tidak berbelit-belit.					
3.	Dosen dan karyawan terbuka untuk ditanya.					
4.	Dosen dan karyawan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang memadai.					
5	Dosen dan karyawan datang tepat waktu.					

3. *Responssiveness*

No.	Pernyataan	STS	TS	C	S	SS
1.	Karyawan di Fakultas Ekonomi UII santun dalam memberikan pelayanan.					
2.	Keluhan mahasiswa dapat diperhatikan .					
3.	Pembimbing skripsi tidak mempersulit mahasiswa dalam menyelesaikan skripsinya.					
4.	Waktu perkuliahan dapat dipergunakan dengan baik oleh dosen.					
5	Waktu konsultasi skripsi tidak dipersulit oleh dosen pembimbing.					

1. *Assurance*

No.	Pernyataan	STS	TS	C	S	SS
1.	Fakultas Ekonomi UII dapat memahami kesulitan mahasiswa.					
2.	Jaminan keamanan yang diberikan pihak Fakultas Ekonomi UII, dalam selama masa perkuliahan.					
3.	Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi UII dapat bersikap bersahabat.					
4.	Fakultas Ekonomi UII dapat memahami minat dan kebutuhan belajar mahasiswa.					
5.	Fakultas Ekonomi UII menghargai keberadaan mahasiswa.					

2. *Emphaty*

No.	Pernyataan	STS	TS	C	S	SS
1.	Perhatian dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi UII memberikan perhatian terhadap perkembangan mahasiswa.					
2.	Kemampuan dosen dan karyawan dalam melakukan komunikasi.					
3.	karyawan dan dosen dapat memahami kebutuhan dan keinginan mahasiswa.					
4.	Kejelasan dan ketepatan karyawan dalam memberikan informasi.					
5	Fakultas Ekonomi UII, dapat memberikan keringanan uang kuliah dalam kondisi tertentu.					

Petunjuk pengisian:

Berilah tanda (√) pada salah satu alternative jawaban yang anda pilih.

Variabel Harapan Mahasiswa

1. *Tangibles*

No.	Pernyataan	STS	TS	C	S	SS
1.	Ruang perkuliahan di Fakultas Ekonomi UII bersih, rapih dan nyaman.					
2.	Ruang perkuliahan di Fakultas Ekonomi UII dilengkapi dengan audiovisual dan alat-alat tulis.					
3.	Sarana yang lengkap untuk mendukung perkuliahan di Fakultas Ekonomi UII.					
4.	Administrasi di Fakultas Ekonomi UII tidak bertele-tele.					
5	Pengaturan jam perkuliahan tidak bentrok satu sama lainnya.					

2. Reliability

No.	Pernyataan	STS	TS	C	S	SS
1.	Dosen menguasai materi perkuliahan yang disampaikan.					
2.	Birokrasi dalam menyelesaikan perkuliahan tidak berbelit-belit.					
3.	Dosen dan karyawan terbuka untuk ditanya.					
4.	Dosen dan karyawan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang memadai.					
5	Dosen dan karyawan datang tepat waktu.					

3. *Responssiveness*

No.	Pernyataan	STS	TS	C	S	SS
1.	Karyawan di Fakultas Ekonomi UII santun dalam memberikan pelayanan.					
2.	Keluhan mahasiswa dapat diperhatikan .					
3.	Pembimbing skripsi tidak mempersulit mahasiswa dalam menyelesaikan skripsinya.					
4.	Waktu perkuliahan dapat dipergunakan dengan baik oleh dosen.					
5	Waktu konsultasi skripsi tidak dipersulit oleh dosen pembimbing					

4. *Assurance*

No.	Pernyataan	STS	TS	C	S	SS
1.	Fakultas Ekonomi UII dapat memahami kesulitan mahasiswa.					
2.	Jaminan keamanan yang diberikan pihak Fakultas Ekonomi UII, dalam selama masa perkuliahan.					
3.	Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi UII dapat bersikap bersahabat.					
4.	Fakultas Ekonomi UII dapat memahami minat dan kebutuhan belajar mahasiswa.					
5.	Fakultas Ekonomi UII menghargai keberadaan mahasiswa.					

5. *Emphaty*

No.	Pernyataan	STS	TS	C	S	SS
1.	Perhatian dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi UII memberikan perhatian terhadap perkembangan mahasiswa.					
2.	Kemampuan dosen dan karyawan dalam melakukan komunikasi.					
3.	karyawan dan dosen dapat memahami kebutuhan dan keinginan mahasiswa.					
4.	Kejelasan dan ketepatan karyawan dalam memberikan informasi.					
5	Fakultas Ekonomi UII, dapat memberikan keringanan uang kuliah dalam kondisi tertentu.					

LAMPIRAN I;
KARAKTERISTIK RESPONDEN

Jenis Kelamin	Jumlah SKS
1	1
1	1
1	1
1	2
1	1
1	2
1	2
1	4
1	2
1	1
1	4
1	1
1	3
1	2
1	3
1	1
2	2
2	4
2	4
2	2
2	4
2	3
2	2
1	2
2	3
2	2
2	1
2	3
2	2
2	4
2	3
1	1
2	3
2	3
2	3
2	2
1	2
1	2
1	3
1	2
1	2
1	2
1	3
1	2
2	3
2	2
1	3
2	3
2	3
2	2
2	3

2	3
2	3
2	2
1	3
1	3
2	3
2	2
2	2
1	2
1	2
1	2
1	3
2	2
1	2
1	3
2	2
1	2
1	2
2	3
2	2
2	2
1	3
1	2
1	2
1	2
2	3
1	2
1	3
1	2
1	3
1	2
1	3
2	2
1	1
1	3
1	3
1	2
2	2
2	2
1	1
1	3
2	3
1	3
1	3
1	2
1	2
1	3
1	2
2	3

responden	xr1	xr2	xr3	xr4	xr5	TG	xr6	xr7	xr8	xr9	xr10	Rel	xr11	xr12
1	3	3	3	3	2	2,8	4	4	2	3	3	3,2	4	4
2	4	4	4	3	3	3,6	3	4	2	3	4	3,2	4	4
3	4	3	3	3	3	3,2	4	4	3	3	3	3,4	3	3
4	1	3	2	2	3	2,2	4	4	2	1	3	2,8	3	2
5	2	3	3	2	4	2,8	3	3	3	2	2	2,6	2	2
6	2	2	2	2	3	2,2	3	3	2	2	2	2,4	2	2
7	3	3	2	2	2	2,4	3	3	3	1	3	2,6	2	3
8	4	4	3	4	4	3,8	3	4	3	2	4	3,2	4	4
9	4	4	3	3	2	3,2	3	3	3	2	4	3	4	4
10	3	3	4	3	1	2,8	2	3	2	2	4	2,6	4	3
11	4	3	4	3	4	3,6	2	3	1	2	4	2,4	4	4
12	4	2	4	3	3	3,2	2	4	1	3	4	2,8	4	4
13	4	4	3	4	4	3,8	2	4	2	3	4	3	4	4
14	3	3	3	4	1	2,8	3	2	2	4	3	2,8	4	4
15	4	4	3	4	3	3,6	4	3	2	4	4	3,4	3	4
16	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	3	2,8	3	2
17	3	3	3	3	2	2,8	4	2	3	3	3	3	4	3
18	4	3	4	4	4	3,8	2	2	3	2	3	2,4	4	4
19	2	2	2	2	3	2,2	2	3	3	3	3	2,8	2	2
20	2	2	2	2	3	2,2	2	3	4	3	4	3,2	3	2
21	3	4	4	3	2	3,2	3	3	4	3	4	3,4	4	3
22	4	4	3	3	3	3,4	3	4	3	2	4	3,2	4	3
23	3	3	3	3	2	2,8	3	2	2	4	3	2,8	3	4
24	3	3	3	3	1	2,6	2	4	3	3	4	3,2	3	3
25	3	3	3	3	4	3,2	3	4	2	3	3	3	2	4
26	4	4	4	3	3	3,6	3	3	3	3	4	3,2	2	4
27	2	3	2	2	2	2,2	2	4	2	4	2	2,8	2	2
28	3	3	3	3	2	2,8	2	2	3	4	3	2,8	3	2
29	3	4	4	3	4	3,6	4	4	1	3	3	3	4	4
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2,6	3	4

xr13	xr14	xr15	Res	xr16	xr17	xr18	xr19	xr20	Ass	xr21	xr22	xr23	xr24
3	3	2	3,2	4	4	3	4	3	3,6	3	3	3	2
4	3	3	3,6	3	4	3	3	4	3,4	4	4	3	3
3	3	2	2,8	3	3	4	4	4	3,6	3	3	3	3
2	2	2	2,2	2	3	2	3	1	2,2	3	2	2	3
2	2	3	2,2	3	3	2	2	2	2,4	3	3	2	4
2	2	3	2,2	2	2	3	2	2	2,2	2	2	2	3
2	3	3	2,6	4	3	2	3	3	3	3	2	2	2
3	4	3	3,6	2	2	3	3	4	2,8	4	3	4	4
3	4	3	3,6	3	3	4	3	4	3,4	4	3	3	2
3	3	3	3,2	4	4	2	2	3	3	3	4	3	1
4	4	3	3,8	4	4	1	3	4	3,2	3	4	3	4
4	4	3	3,8	2	4	3	4	4	3,4	2	4	3	3
3	3	2	3,2	3	2	3	4	4	3,2	4	3	4	4
3	3	3	3,4	4	2	2	3	3	2,8	3	3	4	1
3	3	2	3	3	2	2	2	4	2,6	4	3	4	3
2	2	3	2,4	4	3	2	3	2	2,8	2	2	2	2
3	4	2	3,2	4	2	3	4	3	3,2	3	3	3	2
3	3	1	3	3	3	4	3	4	3,4	3	4	4	4
2	3	1	2	4	2	4	2	2	2,8	2	2	2	3
2	3	3	2,6	3	4	2	3	2	2,8	2	2	2	3
3	3	2	3	4	4	3	4	3	3,6	4	4	3	2
3	3	2	3	3	3	4	3	4	3,4	4	3	3	3
3	4	2	3,2	4	2	2	2	3	2,6	3	3	3	2
4	3	3	3,2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	1
4	4	3	3,4	4	4	2	4	3	3,4	3	3	3	4
4	4	3	3,4	3	3	3	3	4	3,2	4	4	3	3
2	2	3	2,2	3	3	3	4	2	3	3	2	2	2
3	3	2	2,6	4	2	3	4	3	3,2	3	3	3	2
2	4	2	3,2	3	3	4	3	3	3,2	4	4	3	4
3	4	2	3,2	4	2	5	2	3	3,2	3	3	3	3

xr25	Emp	xh1	xh2	xh3	xh4	xh5	Tg	xh6	xh7	xh8	xh9	xh10	Rel	xh11
4	3	3	2	4	4	4	3,4	2	3	3	3	3	2,8	3
3	3,4	3	4	2	2	4	3	3	2	2	3	2	2,4	3
4	3,2	3	2	4	2	4	3	2	3	3	4	4	3,2	2
4	2,8	4	2	2	2	2	2,4	2	3	3	3	4	3	2
3	3	2	3	2	2	3	2,4	3	3	3	4	4	3,4	3
3	2,4	3	3	1	4	2	2,4	3	2	2	3	3	2,6	2
3	2,4	2	3	3	2	2	2,4	4	2	2	4	3	3	2
3	3,6	4	3	3	3	4	3,4	4	2	1	2	4	2,6	2
3	3	3	3	4	4	3	3,4	4	4	4	3	3	3,4	4
2	2,6	3	4	3	4	3	3,4	3	4	4	3	2	3,2	4
2	3,2	3	4	3	2	3	3	4	2	3	2	3	2,8	3
2	2,8	4	4	3	4	2	3,4	3	2	4	4	4	3,4	3
2	3,4	3	3	4	3	4	3,4	3	4	4	3	3	3,4	4
3	2,8	3	3	2	3	2	2,6	2	4	3	2	2	2,6	4
4	3,6	4	4	3	3	3	3,4	3	4	5	2	3	3,4	3
2	2	3	2	3	3	3	2,8	2	2	3	3	4	2,8	2
4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	3,4	3
2	3,4	4	3	3	3	2	3	2	3	5	4	3	3,4	2
2	2,2	3	3	2	4	2	2,8	4	4	2	3	2	3	2
2	2,2	2	2	4	2	2	2,4	4	3	3	4	3	3,4	3
3	3,2	3	4	3	4	3	3,4	3	4	3	3	4	3,4	3
3	3,2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	4	3,4	4
3	2,8	4	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2,4	3
2	2,4	4	3	4	4	4	3,8	4	3	1	4	3	3	3
3	3,2	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	4
3	3,4	4	3	4	4	4	3,8	3	4	2	4	4	3,4	4
2	2,2	2	2	2	2	2	2	3	4	3	4	4	3,2	3
2	2,6	2	2	3	3	2	2,4	3	4	2	3	3	3	2
4	3,8	3	4	3	4	3	3,4	3	3	3	3	3	3	2
3	3	4	3	3	4	3	3,4	3	3	3	3	4	3	4

xh12	xh13	xh14	xh15	Resp	xh16	xh17	xh18	xh19	xh20	Ass	xh21	xh22	xh23
4	3	3	2	3	2	3	2	4	3	2,8	2	4	4
4	4	3	3	3,4	3	3	3	3	3	3	4	2	2
4	4	4	3	3,4	3	2	3	3	3	2,8	2	4	2
2	2	2	2	2	3	3	4	3	4	3,4	2	2	2
3	2	2	2	2,4	3	3	3	4	2	3	3	2	2
2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	2,8	2	1	4
2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2,4	3	3	2
4	4	4	3	3,4	2	2	4	4	4	3,2	3	3	3
4	4	4	3	3,4	3	1	4	2	3	2,4	3	4	4
4	4	3	4	3,8	4	2	4	1	3	2,8	4	3	4
3	3	4	4	3,4	4	3	3	4	3	3,4	4	3	2
3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3,6	4	3	4
3	4	4	4	3,8	4	3	2	4	3	3,2	3	4	3
4	3	3	3	3,4	4	2	3	3	3	3	3	2	3
4	3	4	3	3,4	3	3	4	3	4	3,4	4	3	3
2	2	2	2	2	3	4	2	2	3	2,8	2	3	3
3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	2,8	3	2	4
4	3	4	4	3,4	4	3	4	3	4	3,8	3	3	3
2	2	2	2	2	4	4	4	3	3	3,6	3	2	4
3	2	2	2	2,4	3	4	4	1	3	2,8	2	4	2
3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	2,8	4	3	4
4	4	3	3	3,4	1	2	4	2	4	2,6	3	2	3
4	3	3	3	3,2	4	3	3	1	4	3	3	4	4
3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3
3	4	4	3	3,6	2	4	4	1	4	3	3	4	4
2	2	3	2	2,4	3	4	3	2	2	2,8	2	2	2
2	2	2	2	2	4	3	4	2	2	3	2	3	3
4	4	3	4	3,4	2	3	3	4	3	3	4	3	4
3	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	4

xh24	xh25	Emp
4	2	3,2
4	3	3
4	2	2,8
2	2	2
3	3	2,6
2	3	2,4
2	4	2,8
4	4	3,4
3	4	3,6
3	3	3,4
3	4	3,2
2	3	3,2
4	3	3,4
2	2	2,4
3	3	3,2
3	2	2,6
3	3	3
2	2	2,6
2	4	3
2	4	2,8
3	3	3,4
3	4	3,2
3	3	2,8
4	4	3,8
2	3	3
4	3	3,6
2	3	2,2
2	3	2,6
3	3	3,4
3	3	3,2

LAMPIRAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS DATA

Correlations

Correlations

		ITEMR1	ITEMR2	ITEMR3	ITEMR4	ITEMR5	Performance Tangible
ITEMR1	Pearson Correlation	1	.575**	.676**	.759**	.207	.866**
	Sig. (2-tailed)	.	.001	.000	.000	.271	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMR2	Pearson Correlation	.575**	1	.484**	.566**	.164	.731**
	Sig. (2-tailed)	.001	.	.007	.001	.386	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMR3	Pearson Correlation	.676**	.484**	1	.588**	.166	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.	.001	.381	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMR4	Pearson Correlation	.759**	.566**	.588**	1	.121	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.	.523	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMR5	Pearson Correlation	.207	.164	.166	.121	1	.512**
	Sig. (2-tailed)	.271	.386	.381	.523	.	.004
	N	30	30	30	30	30	30
Performance Tangible	Pearson Correlation	.866**	.731**	.774**	.796**	.512**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.004	.
	N	30	30	30	30	30	30

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

Correlations

Correlations

		ITEMR6	ITEMR7	ITEMR8	ITEMR9	ITEMR10	Performance Reliability
ITEMR6	Pearson Correlation	1	.182	-.213	-.042	-.157	.400*
	Sig. (2-tailed)	.	.336	.258	.827	.408	.028
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMR7	Pearson Correlation	.182	1	-.143	.637**	.196	.405*
	Sig. (2-tailed)	.336	.	.450	.000	.299	.026
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMR8	Pearson Correlation	-.213	-.143	1	.172	.509**	.418*
	Sig. (2-tailed)	.258	.450	.	.363	.004	.021
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMR9	Pearson Correlation	-.042	.637**	.172	1	.527**	.379*
	Sig. (2-tailed)	.827	.000	.363	.	.003	.039
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMR10	Pearson Correlation	-.157	.196	.509**	.527**	1	.504**
	Sig. (2-tailed)	.408	.299	.004	.003	.	.005
	N	30	30	30	30	30	30
Performance Reliability	Pearson Correlation	.400*	.405*	.418*	.379*	.504**	1
	Sig. (2-tailed)	.028	.026	.021	.039	.005	.
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

Correlations

		ITEMR11	ITEMR12	ITEMR13	ITEMR14	ITEMR15	Performance Responsiveness
ITEMR11	Pearson Correlation	1	.510**	.338	.352	.263	.643**
	Sig. (2-tailed)	.	.004	.068	.056	.160	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMR12	Pearson Correlation	.510**	1	.660**	.738**	.355	.879**
	Sig. (2-tailed)	.004	.	.000	.000	.054	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMR13	Pearson Correlation	.338	.660**	1	.589**	.553**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.068	.000	.	.001	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMR14	Pearson Correlation	.352	.738**	.589**	1	.192	.790**
	Sig. (2-tailed)	.056	.000	.001	.	.309	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMR15	Pearson Correlation	.263	.355	.553**	.192	1	.577**
	Sig. (2-tailed)	.160	.054	.002	.309	.	.001
	N	30	30	30	30	30	30
Performance Responsiveness	Pearson Correlation	.643**	.879**	.814**	.790**	.577**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.
	N	30	30	30	30	30	30

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

Correlations

Correlations

		ITEMR16	ITEMR17	ITEMR18	ITEMR19	ITEMR20	Performance Assurance
ITEMR16	Pearson Correlation	1	-.064	.155	.249	.564**	.539**
	Sig. (2-tailed)	.	.736	.415	.185	.001	.002
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMR17	Pearson Correlation	-.064	1	-.257	.305	.062	.441*
	Sig. (2-tailed)	.736	.	.171	.101	.743	.015
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMR18	Pearson Correlation	.155	-.257	1	.068	.246	.433*
	Sig. (2-tailed)	.415	.171	.	.721	.190	.017
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMR19	Pearson Correlation	.249	.305	.068	1	.210	.634**
	Sig. (2-tailed)	.185	.101	.721	.	.266	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMR20	Pearson Correlation	.564**	.062	.246	.210	1	.633**
	Sig. (2-tailed)	.001	.743	.190	.266	.	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Performance Assuranc	Pearson Correlation	.539**	.441*	.433*	.634**	.633**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.015	.017	.000	.000	.
	N	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).

Correlations

Correlations

		ITEMR21	ITEMR22	ITEMR23	ITEMR24	ITEMR25	Performance Emphaty
ITEMR21	Pearson Correlation	1	.484**	.566**	.164	.384*	.778**
	Sig. (2-tailed)	.	.007	.001	.386	.036	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMR22	Pearson Correlation	.484**	1	.588**	.166	.011	.676**
	Sig. (2-tailed)	.007	.	.001	.381	.955	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMR23	Pearson Correlation	.566**	.588**	1	.121	.105	.701**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.	.523	.582	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMR24	Pearson Correlation	.164	.166	.121	1	.082	.556**
	Sig. (2-tailed)	.386	.381	.523	.	.669	.001
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMR25	Pearson Correlation	.384*	.011	.105	.082	1	.490**
	Sig. (2-tailed)	.036	.955	.582	.669	.	.006
	N	30	30	30	30	30	30
Performance Emphaty	Pearson Correlation	.778**	.676**	.701**	.556**	.490**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.006	.
	N	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).

Correlations

Correlations

		ITEMH1	ITEMH2	ITEMH3	ITEMH4	ITEMH5	Expected Tangible
ITEMH1	Pearson Correlation	1	.273	.088	.399*	.296	.650**
	Sig. (2-tailed)	.	.145	.643	.029	.113	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMH2	Pearson Correlation	.273	1	.000	.227	.120	.519**
	Sig. (2-tailed)	.145	.	1.000	.228	.529	.003
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMH3	Pearson Correlation	.088	.000	1	.126	.476**	.574**
	Sig. (2-tailed)	.643	1.000	.	.508	.008	.001
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMH4	Pearson Correlation	.399*	.227	.126	1	.137	.631**
	Sig. (2-tailed)	.029	.228	.508	.	.469	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMH5	Pearson Correlation	.296	.120	.476**	.137	1	.671**
	Sig. (2-tailed)	.113	.529	.008	.469	.	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Expected Tangible	Pearson Correlation	.650**	.519**	.574**	.631**	.671**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.001	.000	.000	.
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

Correlations

		ITEMH6	ITEMH7	ITEMH8	ITEMH9	ITEMH10	Expected Reliability
ITEMH6	Pearson Correlation	1	.049	.141	.265	.301	.376*
	Sig. (2-tailed)	.	.798	.459	.157	.106	.041
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMH7	Pearson Correlation	.049	1	.265	-.124	-.263	.463**
	Sig. (2-tailed)	.798	.	.157	.515	.160	.010
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMH8	Pearson Correlation	.141	.265	1	-.046	-.070	.532**
	Sig. (2-tailed)	.459	.157	.	.808	.713	.002
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMH9	Pearson Correlation	.265	-.124	-.046	1	.378*	.521**
	Sig. (2-tailed)	.157	.515	.808	.	.039	.003
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMH10	Pearson Correlation	.301	-.263	-.070	.378*	1	.378*
	Sig. (2-tailed)	.106	.160	.713	.039	.	.039
	N	30	30	30	30	30	30
Expected Reliability	Pearson Correlation	.376*	.463**	.532**	.521**	.378*	1
	Sig. (2-tailed)	.041	.010	.002	.003	.039	.
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

Correlations

		ITEMH11	ITEMH12	ITEMH13	ITEMH14	ITEMH15	Expected Responsiveness
ITEMH11	Pearson Correlation	1	.296	.478**	.406*	.323	.625**
	Sig. (2-tailed)	.	.112	.007	.026	.081	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMH12	Pearson Correlation	.296	1	.696**	.617**	.572**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.112	.	.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMH13	Pearson Correlation	.478**	.696**	1	.742**	.676**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMH14	Pearson Correlation	.406*	.617**	.742**	1	.723**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.026	.000	.000	.	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMH15	Pearson Correlation	.323	.572**	.676**	.723**	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.081	.001	.000	.000	.	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Expected Responsiveness	Pearson Correlation	.625**	.795**	.901**	.868**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.
	N	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).

Correlations

Correlations

		ITEMH16	ITEMH17	ITEMH18	ITEMH19	ITEMH20	Expected Assurance
ITEMH16	Pearson Correlation	1	-.003	-.038	-.051	-.171	.386*
	Sig. (2-tailed)	.	.986	.840	.791	.367	.035
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMH17	Pearson Correlation	-.003	1	-.018	-.110	-.047	.369*
	Sig. (2-tailed)	.986	.	.927	.564	.804	.045
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMH18	Pearson Correlation	-.038	-.018	1	-.207	.343	.381*
	Sig. (2-tailed)	.840	.927	.	.273	.063	.038
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMH19	Pearson Correlation	-.051	-.110	-.207	1	.103	.482*
	Sig. (2-tailed)	.791	.564	.273	.	.588	.007
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMH20	Pearson Correlation	-.171	-.047	.343	.103	1	.491*
	Sig. (2-tailed)	.367	.804	.063	.588	.	.006
	N	30	30	30	30	30	30
Expected Assurance	Pearson Correlation	.386*	.369*	.381*	.482**	.491**	1
	Sig. (2-tailed)	.035	.045	.038	.007	.006	.
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

Correlations

		ITEMH21	ITEMH22	ITEMH23	ITEMH24	ITEMH25	Expected Emphaty
ITEMH21	Pearson Correlation	1	.000	.227	.120	.269	.551**
	Sig. (2-tailed)	.	1.000	.228	.529	.151	.002
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMH22	Pearson Correlation	.000	1	.126	.476**	.137	.626**
	Sig. (2-tailed)	1.000	.	.508	.008	.472	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMH23	Pearson Correlation	.227	.126	1	.137	.045	.560**
	Sig. (2-tailed)	.228	.508	.	.469	.815	.001
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMH24	Pearson Correlation	.120	.476**	.137	1	.017	.627**
	Sig. (2-tailed)	.529	.008	.469	.	.928	.000
	N	30	30	30	30	30	30
ITEMH25	Pearson Correlation	.269	.137	.045	.017	1	.480**
	Sig. (2-tailed)	.151	.472	.815	.928	.	.007
	N	30	30	30	30	30	30
Expected Emphaty	Pearson Correlation	.551**	.626**	.560**	.627**	.480**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.001	.000	.007	.
	N	30	30	30	30	30	30

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

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	ITEMR1	3.1000	.8449	30.0
2.	ITEMR2	3.1333	.6814	30.0
3.	ITEMR3	3.0333	.7184	30.0
4.	ITEMR4	2.9000	.6618	30.0
5.	ITEMR5	2.7333	.9444	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	14.9000	7.8172	2.7959	5

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ITEMR1	11.8000	4.4414	.7476	.6398
ITEMR2	11.7667	5.4954	.5814	.7123
ITEMR3	11.8667	5.2230	.6329	.6931
ITEMR4	12.0000	5.3103	.6784	.6840
ITEMR5	12.1667	6.0057	.1986	.8600

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 5

Alpha = .7664

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	ITEMR6	2.8333	.7466	30.0
2.	ITEMR7	3.2000	.7611	30.0
3.	ITEMR8	2.9000	.7589	30.0
4.	ITEMR9	3.2667	.7397	30.0
5.	ITEMR10	3.2667	.7849	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	15.4667	4.8092	2.1930	5

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ITEMR6	12.6333	4.5161	.3833	.6489
ITEMR7	12.2667	3.2368	.3626	.5873
ITEMR8	12.5667	3.8402	.4322	.5348
ITEMR9	12.2000	2.7862	.5977	.6189
ITEMR10	12.2000	2.9241	.6727	.6029

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 5

Alpha = .6025

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	ITEMR11	3.2333	.8172	30.0
2.	ITEMR12	3.2333	.8584	30.0
3.	ITEMR13	2.9000	.7120	30.0
4.	ITEMR14	3.1667	.6989	30.0
5.	ITEMR15	2.6000	.7701	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	15.1333	8.3954	2.8975	5

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ITEMR11	11.9000	5.8862	.4644	.8066
ITEMR12	11.9000	4.7828	.7660	.7043
ITEMR13	12.2333	5.4954	.7169	.7301
ITEMR14	11.9667	5.8264	.6166	.7602
ITEMR15	12.5333	6.1885	.4212	.8162

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 5

Alpha = .8044

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	ITEMR16	3.4333	.7739	30.0
2.	ITEMR17	2.9333	.7849	30.0
3.	ITEMR18	2.8333	.9129	30.0
4.	ITEMR19	3.0667	.7397	30.0
5.	ITEMR20	3.1000	.8449	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	15.3667	5.2747	2.2967	5

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ITEMR16	11.9333	3.5126	.7010	.6045
ITEMR17	12.4333	4.6678	.5027	.5641
ITEMR18	12.5333	4.1195	.5869	.5320
ITEMR19	12.3000	3.7345	.7474	.6472
ITEMR20	12.2667	3.0989	.7915	.7166

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 5

Alpha = .7658

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	ITEMR21	3.1333	.6814	30.0
2.	ITEMR22	3.0333	.7184	30.0
3.	ITEMR23	2.9000	.6618	30.0
4.	ITEMR24	2.7333	.9444	30.0
5.	ITEMR25	2.8333	.7466	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	14.6333	5.6195	2.3706	5

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ITEMR21	11.5000	3.5690	.6161	.4354
ITEMR22	11.6000	3.8345	.4510	.5156
ITEMR23	11.7333	3.8575	.5094	.4934
ITEMR24	11.9000	4.0241	.1856	.6787
ITEMR25	11.8000	4.4414	.1972	.6398

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 5

Alpha = .6121

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	ITEMH1	3.1333	.6814	30.0
2.	ITEMH2	3.0000	.7428	30.0
3.	ITEMH3	2.9000	.8030	30.0
4.	ITEMH4	3.1333	.8193	30.0
5.	ITEMH5	2.8667	.7761	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	15.0333	5.4126	2.3265	5

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ITEMH1	11.9000	3.8172	.4248	.4705
ITEMH2	12.0333	4.1713	.2273	.5717
ITEMH3	12.1333	3.9126	.2692	.5531
ITEMH4	11.9000	3.6793	.3379	.5132
ITEMH5	12.1667	3.5920	.4142	.6676

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 5

Alpha = .6723

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	ITEMH6	3.2667	.6397	30.0
2.	ITEMH7	3.0333	.8087	30.0
3.	ITEMH8	2.8000	.9965	30.0
4.	ITEMH9	3.1667	.7466	30.0
5.	ITEMH10	3.2667	.6915	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	15.5333	4.0506	2.0126	5

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ITEMH6	12.2667	2.8920	.7445	.5964
ITEMH7	12.5000	3.3621	.5116	.7665
ITEMH8	12.7333	2.6161	.6369	.6636
ITEMH9	12.3667	3.0678	.6626	.6318
ITEMH10	12.2667	3.3057	.6061	.7791

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 5

Alpha = .7958

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	ITEMH11	2.9333	.7849	30.0
2.	ITEMH12	3.1667	.7915	30.0
3.	ITEMH13	3.1000	.8449	30.0
4.	ITEMH14	3.0333	.7649	30.0
5.	ITEMH15	2.8000	.7611	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	15.0333	10.0333	3.1675	5

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ITEMH11	12.1000	7.5414	.4351	.8905
ITEMH12	11.8667	6.6713	.6691	.8348
ITEMH13	11.9333	5.9264	.8249	.7918
ITEMH14	12.0000	6.4138	.7832	.8062
ITEMH15	12.2333	6.6678	.7088	.8251

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 5

Alpha = .8612

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	ITEMH16	2.9667	.8503	30.0
2.	ITEMH17	2.9333	.7849	30.0
3.	ITEMH18	3.3667	.6687	30.0
4.	ITEMH19	2.7333	1.0148	30.0
5.	ITEMH20	3.1333	.6814	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	15.1333	2.8782	1.6965	5

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ITEMH16	12.1667	2.4885	.5243	.5370
ITEMH17	12.2000	2.5103	.6998	.6818
ITEMH18	11.7667	2.4609	.6142	.7018
ITEMH19	12.4000	2.2483	.5314	.6014
ITEMH20	12.0000	2.2069	.6022	.6681

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 5

Alpha = .6747

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	ITEMH21	3.0000	.7428	30.0
2.	ITEMH22	2.9000	.8030	30.0
3.	ITEMH23	3.1333	.8193	30.0
4.	ITEMH24	2.8667	.7761	30.0
5.	ITEMH25	3.0667	.6915	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	14.9667	4.7920	2.1891	5

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ITEMH21	11.9667	3.5506	.4464	.6334
ITEMH22	12.0667	3.2368	.5151	.5845
ITEMH23	11.8333	3.4540	.4189	.6544
ITEMH24	12.1000	3.2655	.5295	.5755
ITEMH25	11.9000	3.8172	.6838	.6705

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 5

Alpha = .6809

No.	tangibles			reliability			responsiveness			assurance				
	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14
1	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3
2	3	4	4	2	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4
3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	4	4
4	2	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	2	2	4	3	2	2	2	3	4	3	4	4
6	4	4	2	1	3	4	4	3	3	2	3	4	4	3
7	2	3	4	2	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3
8	4	4	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4
9	3	4	4	3	4	3	4	3	3	2	4	4	4	4
10	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
11	3	4	4	3	3	2	3	3	2	3	4	3	4	4
12	3	3	3	2	3	3	1	2	3	2	4	2	4	4
13	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4
14	1	2	2	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
15	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4
16	2	2	4	3	4	2	4	4	3	2	3	4	4	4
17	3	3	3	2	4	3	4	3	2	4	3	4	3	3
18	1	1	1	2	3	2	3	3	2	3	4	3	4	4
19	4	4	4	2	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4
20	3	4	3	4	3	2	2	3	1	3	4	3	4	4
21	3	4	3	2	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3
22	4	4	4	3	4	4	4	2	2	4	4	4	3	4
23	3	3	2	2	4	4	3	1	3	3	3	3	4	3
24	1	2	1	1	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3
25	2	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4
26	1	2	2	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
27	3	2	2	3	1	1	2	1	4	1	3	3	4	3
28	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
29	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3
30	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3
31	2	3	4	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4
32	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	4	4	3
33	2	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4
34	3	3	3	2	4	3	2	1	3	3	3	3	4	3
35	1	1	1	1	2	2	2	1	4	2	4	4	4	4
36	2	2	3	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
37	2	4	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4

39	2	3	2	1	4	3	4	3	2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
40	1	1	1	1	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4
41	2	3	3	2	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4
42	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
43	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
44	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
45	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
46	4	3	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
47	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
48	3	2	4	4	2	2	2	2	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
49	4	3	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
50	1	2	2	1	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
51	2	3	3	2	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
52	2	3	3	1	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
53	1	1	1	1	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
54	2	3	3	2	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
55	3	2	2	2	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
56	3	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
57	2	2	2	2	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
58	2	2	2	1	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
59	2	3	3	2	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
60	1	1	1	2	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
61	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
62	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
63	2	1	2	2	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
64	1	1	1	1	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
65	3	2	2	1	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
66	1	1	1	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
67	3	2	2	3	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
68	1	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
69	2	2	2	2	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
70	1	2	2	1	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
71	3	2	2	2	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
72	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
73	3	2	2	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
74	4	3	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
75	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
76	1	2	1	1	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
77	1	1	1	1	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
78	1	3	3	1	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
79	4	3	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3

81	2	3	2	2	4	4	2	3	2	3	2	3	3	2
82	1	4	4	3	4	4	4	2	2	2	3	4	2	3
83	2	3	4	3	4	3	4	3	2	2	3	4	4	3
84	3	3	2	2	3	4	2	2	3	3	3	3	2	3
85	3	2	2	2	4	4	4	3	4	2	2	4	3	2
86	2	1	4	2	4	4	2	4	2	2	2	4	2	2
87	2	3	4	4	4	4	3	4	3	2	2	4	3	2
88	3	2	2	4	4	4	4	2	3	4	1	4	4	1
89	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2
90	1	2	1	1	3	2	2	2	2	2	1	3	3	1
91	2	1	1	1	3	3	2	1	3	2	1	2	2	1
92	1	2	3	4	3	2	2	1	2	2	1	2	3	1
93	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	2	3	4	2
94	2	2	2	4	2	3	2	2	4	2	3	2	4	3
95	2	1	3	2	3	3	2	1	4	2	1	2	4	1
96	3	3	3	3	4	4	1	3	3	3	3	3	4	3
97	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3
98	2	2	3	1	2	3	3	3	2	3	4	3	3	4
99	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4
100	3	3	1	3	4	4	4	2	3	4	3	4	4	3
	2,39	2,65	2,66	2,38	3,38	3,13	2,97	2,37	2,8	2,9	2,99	3,22	3,4	3

	emphaty										tangibles		
x15	x16	x17	x18	x19	x20	x21	x22	x23	x24	x25	x1	x2	x3
4	3	3	4	4	2	4	4	2	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	2	1	3	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	4	2	2	2	2	3	3	3	4	4
3	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	3	3	4
4	4	4	4	4	2	2	4	2	3	4	3	4	4
3	4	4	4	2	2	2	3	3	2	3	3	3	4
4	3	4	2	2	2	2	1	2	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	2
3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
3	4	4	4	4	3	2	2	3	4	3	4	4	4
2	4	4	4	4	2	4	1	2	4	2	3	4	3
4	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4
3	3	3	4	3	1	2	1	1	3	3	4	3	4
4	4	4	3	3	2	4	1	2	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	3	4	3
4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4
3	4	4	3	3	4	2	3	4	4	3	4	3	4
4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	2	4
4	3	4	4	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3
3	4	3	3	4	4	3	2	4	3	3	3	4	3
3	3	4	3	3	4	2	2	4	4	3	3	3	2
3	3	3	2	4	4	3	2	4	3	4	3	3	3
4	4	4	2	4	4	4	1	4	3	3	2	3	4
3	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	3	3	2
3	4	3	3	3	3	3	1	3	4	4	3	2	3
4	3	2	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3
3	3	1	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3
4	3	2	1	4	4	4	2	4	4	2	3	2	4
4	4	1	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3
4	4	2	1	4	4	4	4	3	3	3	4	2	2
3	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	2	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3
4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3

4	3	3	1	4	4	4	4	4	4	3
4	4	2	1	4	4	3	4	4	3	4
2	3	3	1	3	3	4	3	3	4	4
4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3
4	3	2	3	4	4	4	4	2	3	3
4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4
2	4	2	3	4	3	4	3	3	3	3
4	4	3	3	3	4	3	2	4	3	3
4	4	3	2	4	3	3	1	3	3	4
4	3	3	2	4	4	3	2	1	3	3
4	4	3	3	4	4	4	1	3	4	4
4	4	2	4	4	4	4	2	1	3	4
3	4	3	3	3	3	4	2	3	4	4
4	4	2	4	3	4	4	2	3	4	2
4	4	2	3	2	4	4	3	3	4	4
3	3	3	2	3	4	4	3	2	4	4
3	3	3	2	2	4	4	2	1	4	4
3	3	3	3	4	4	3	3	1	4	4
3	4	3	3	2	4	4	2	1	2	4
3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	4
2	3	3	2	4	4	4	3	3	4	3
2	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4
2	4	3	4	2	4	3	2	3	3	4
2	4	2	4	3	4	4	3	2	3	4
3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4
4	3	2	2	3	3	2	2	4	4	3
2	2	3	3	4	2	1	1	4	4	4
4	2	2	4	4	2	3	3	3	4	4
2	2	1	3	3	2	2	2	4	3	3
2	3	1	2	4	2	2	3	1	4	3
2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2
3	3	1	4	4	3	2	2	3	4	2
3	4	2	3	3	3	3	2	3	4	4
3	2	2	2	4	3	4	2	4	3	3
2	4	2	3	4	3	2	2	3	2	4
3	4	3	4	4	4	4	4	4	1	3
1	2	3	3	3	3	3	2	4	2	1
2	4	3	2	3	1	1	1	2	1	3
2	2	2	4	4	2	3	2	4	2	1
4	4	1	3	3	4	4	4	3	2	3

4	2	3
3	2	2
3	4	3
3	3	3
4	4	4
3	3	3
4	4	3
3	2	3
3	3	3
3	2	3
4	2	4
4	3	4
4	3	3
3	3	3
4	3	3
3	4	3
3	3	3
3	3	3
3	3	2
4	3	3
4	3	4
3	3	3
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	3	3
3	3	3
2	3	3
3	2	2
2	3	3
2	2	4
4	4	4
2	3	3
3	2	4
2	4	4
4	3	3
4	3	3
4	3	4
2	2	2
4	3	2
4	2	4

3	3	2	2	3	3	2	1	4	3	3
4	2	3	4	4	1	2	1	4	3	2
4	4	3	3	3	3	3	2	4	2	1
3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	1
4	3	3	4	2	2	2	3	3	2	4
4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4
4	3	3	2	4	4	4	3	4	2	4
4	4	2	4	3	3	4	3	4	4	4
2	2	3	4	4	2	3	2	3	2	4
3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	2
2	2	3	3	4	2	4	4	4	4	4
2	3	2	4	3	2	2	3	3	4	3
3	4	2	4	3	1	1	3	2	2	4
2	4	1	3	2	1	1	3	3	3	4
2	4	1	4	3	3	4	3	2	4	4
3	4	1	4	3	4	2	3	2	3	3
3	2	1	3	2	2	4	2	3	4	2
3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	2
3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	2
4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	2
3,22	3,4	2,67	3,07	3,42	3,02	3,08	2,61	3,04	3,34	3,31

4	3	2
3	4	3
3	3	3
4	3	2
2	3	3
4	4	4
4	4	3
3	3	3
2	4	3
3	3	2
3	2	3
3	2	2
3	4	2
3	4	3
2	3	3
3	3	3
3	3	3
2	4	2
2	3	4
3	3	4
3,24	3,17	3,17

reliability			responsiveness			assurance			emphaty		
x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
3	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
2	4	4	4	4	2	2	4	4	3	3	3	4	4	4
3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4
2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	4	4	4	3	4
2	2	3	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4
3	2	2	3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	3
3	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
2	2	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3
2	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	3
2	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3
4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4
3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
3	2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	3	4

4	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	3	2	4	4	2	1	4	4	3	3	4	4	4	4
3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
4	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3
3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4
3	2	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
2	2	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3
4	3	3	3	2	2	2	3	4	3	4	3	4	4	3
3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3
4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4
3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
4	2	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3
2	2	2	4	2	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3
2	4	2	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3
3	2	2	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	3	4
3	2	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4
3	3	2	4	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3
2	4	2	3	3	3	2	4	3	3	4	3	4	4	3
3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
4	4	2	2	2	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4
4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
2	2	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	3
3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3
4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3
3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3
2	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	4	3
3	2	3	2	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3
4	2	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4
3	4	3	2	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3
2	2	4	3	3	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
4	4	4	3	2	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4
3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4
2	3	3	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3
4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4

2	3	2	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4
3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4
2	3	2	3	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4
4	2	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3
3	3	4	4	4	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3
2	3	4	4	4	3	2	4	3	3	4	4	3	4	4
4	2	2	4	4	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4
4	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4
3	2	3	3	2	2	3	3	2	4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4
4	2	3	3	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4
3	2	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4
3	2	3	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3
2	4	3	2	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3
3,16	3,01	3,11	3,4	3,23	3,02	2,98	3,63	3,64	3,62	3,62	3,71	3,87	3,76	3,64

	x19	x20	x21	x22	x23	x24	x25
	3	4	4	3	3	3	4
	3	4	4	4	4	4	4
	4	4	4	3	3	3	3
	3	3	4	4	4	3	3
	4	4	4	4	4	4	3
	4	3	3	2	4	4	4
	3	2	2	4	4	4	4
	4	2	2	3	3	2	2
	3	2	2	2	4	2	3
	4	3	2	2	3	3	2
	3	3	2	2	3	4	3
	4	2	3	2	3	3	3
	3	4	3	3	4	4	2
	4	3	3	4	3	4	3
	4	4	4	4	4	3	3
	3	3	4	4	4	3	2
	4	4	3	3	4	3	2
	4	2	4	4	3	4	2
	3	4	3	2	4	3	3
	4	3	3	2	4	2	2
	4	4	2	2	3	4	3
	4	4	3	2	4	3	4
	3	4	2	3	4	3	4
	4	4	3	3	4	3	4
	4	3	2	4	3	4	3
	4	3	3	4	4	4	3
	3	3	3	4	4	4	4
	4	4	2	3	4	3	4
	4	4	2	4	4	4	4
	4	3	1	3	4	4	3

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

3	2	1	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	4
4	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4	3
4	3	3	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4	3
4	3	3	4	3	3	3
4	3	2	4	4	4	4
3	2	2	3	4	3	4
4	4	3	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	4
4	3	3	3	3	3	4
3	3	4	3	4	3	4
4	3	3	3	4	4	4
4	3	2	4	3	4	3
3	3	2	3	4	4	4
4	2	3	3	3	3	4
3	3	3	4	4	3	3
4	4	3	3	4	4	3
4	3	2	4	3	4	3
3	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4
3	4	3	4	4	4	3
4	4	3	4	4	4	3
4	3	4	4	4	3	3
3	4	4	3	3	3	4
3	3	4	3	4	4	3
3	4	3	3	4	4	3
4	3	4	3	4	4	4
3	4	3	4	4	4	4
3	3	4	4	4	3	4
4	3	3	4	4	4	4
3	4	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	3	4
3	3	4	3	4	3	3
4	4	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	3	3

4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3	3
3	3	3	3	4	2	3
4	3	4	4	3	4	2
3	4	4	4	3	3	3
4	3	4	3	4	2	3
3	4	4	3	4	4	2
3	4	3	4	4	4	2
3	4	4	4	4	3	2
4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	2
3	3	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3	2
4	4	3	3	3	4	4
3	4	4	3	4	4	3
3	4	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	3	4
3	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	3	2
4	4	3	3	4	2	3
3,62	3,28	3,17	3,43	3,64	3,43	3,24

LAMPIRAN V;
Perhitungan Diagram Kartesius

Tk Kesesuaian				
tangibles	TK Kesesu	KINERJA	Harapan	GAP
item 1	73,76543	2,39	3,24	-0,85
item 2	83,59621	2,65	3,17	-0,52
item 3	83,91167	2,66	3,17	-0,51
item 4	75,31646	2,38	3,16	-0,78
item 5	112,2924	3,38	3,01	0,37
	85,77643	2,692	3,15	-0,458
reliability				
item 6	100,6431	3,13	3,11	0,02
item 7	87,35294	2,97	3,4	-0,43
item 8	73,37461	2,37	3,23	-0,86
item 9	92,71523	2,8	3,02	-0,22
item 10	97,31544	2,9	2,98	-0,08
	90,28026	2,834	3,148	-0,314
reponsiveness				
item 11	82,36915	2,99	3,63	-0,64
item 12	88,46154	3,22	3,64	-0,42
item 13	93,92265	3,4	3,62	-0,22
item 14	82,87293	3	3,62	-0,62
item 15	86,79245	3,22	3,71	-0,49
	86,88374	3,166	3,644	-0,478
assurance				
item 16	87,8553	3,4	3,87	-0,47
item 17	71,01064	2,67	3,76	-1,09
item 18	84,34066	3,07	3,64	-0,57
item 19	83,42541	3,02	3,62	-0,6
item 20	93,90244	3,08	3,28	-0,2
	84,10689	3,048	3,634	-0,586
emphaty				
item 21	107,8864	3,42	3,17	0,25
item 22	76,09329	2,61	3,43	-0,82
item 23	83,51648	3,04	3,64	-0,6
item 24	97,37609	3,34	3,43	-0,09
item 25	102,1605	3,31	3,24	0,07
	93,40656	3,144	3,382	-0,238