Pengukuran Kualitas Pelayanan di HBP Fitness Yogyakarta Berdasar Model Servperf

SKRIPSI

Disusun oleh :

Nama	**:**	**Zalvin Yodana**
NIM	**:**	**12311336**
Jurusan	**:**	**Manajemen**
Bidang Konsentrasi	**:**	**Operasional**

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2016

Pengukuran Kualitas Pelayanan di HBP Fitness Yogyakarta Berdasar Model Servperf

SKRIPSI

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Disusun oleh :

Nama	**:**	**Zalvin Yodana**
NIM	**:**	**12311336**
Jurusan	**:**	**Manajemen**
Bidang Konsentrasi	**:**	**Operasional**

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2016

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 pengetahuan 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, 22-10-2016

Penulis,

Zalvin Yodana

PENGESAHAN SKRIPSI

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

Pengukuran Kualitas Pelayanan di HBP Fitness Yogyakarta Berdasar Model Servperf

Hasil Penelitian

Diajukan Oleh:

Nama	**: Zalvin Yodana**
No.Mahasiswa	**: 12311336**
Program Studi	**: Manajemen**
Bidang Konsentrasi	**: Operasional**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 22-10-2016

Dosen Pembimbing,

(Drs. Zulian Yamit, M.Si.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN DI HBP FITNESS YOGYAKARTA

Disusun Oleh : **ZALVIN YODANA**

Nomor Mahasiswa : **12311336**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 14 Desember 2016

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Zulian Yamit,Drs., M.Si. .....

Penguji : Nursya'bani Purnama, SE., M.Si. .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

HALAMAN MOTTO

"Jika kau menungguku untuk menyerah berarti kau akan menungguku selamanya"

(Uzumaki Naruto)

"Carilah ILMU dan HARTA supaya kamu bisa memimpin. Ilmu akan memudahkanmu memimpin orang-orang di atas, sedangkan harta akan memudahkanmu memimpin orang yang di bawah (masyarakat umum)" (Ali bin Abi Thalib)

"SEMUA IMPIAN KITA BISA MENJADI NYATA JIKA KITA MENGEJARNYA"

(WALT DISNEY)

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul Pengukuran Kualitas Pelayanan di HBP Fitness Yogyakarta Berdasar Model Servperf. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui respon pelanggan terhadap dimensi kualitas pelayanan di HBP Fitness Yogyakarta dan untuk mengetahui indikator pada dimensi kualitas pelayanan apa saja yang harus diperbaiki dan dipertahankan kinerjanya. Penelitian ini menggunakan metode deskkriptif dan servperf untuk untuk mengetahui seberapa besar tingkat kinerja karyawan dan untuk mengetahui indikator apa saja yang harus diperbaiki dan dipertahankan di HBP Fitness Yogyakarta.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan analisis deskriptif diketahui bahwa pelanggan memberikan penilaian yang baik pada kualitas pelayanan yaitu dengan skor rata – rata sebesar 3,80 (baik). Skala kinerja pelayanan dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati masuk dalam kategori tinggi. Pada dimensi jaminan (assurance) dan empati (empathy) terbukti sebagai dimensi yang paling besar menimbulkan ketikdakpuasan sedangkan pada dimensi bukti fisik (tangible), kehandalan (reliability), dan daya tanggap (responsiveness) harus di pertahankan karena telah dirasa cukup memadai dan patut dipertahankan oleh HBP Fitness Yogyakarta, mengingat kualitas tempat dan alat-alat fitness merupakan salah satu faktor yang penting dan diperhatikan pelanggan.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, servperf

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, Sang Pemilik dunia dan seisinya, tiada Tuhan selain Allah dan hanya kepada-Nya lah kita patut memohon dan berserah diri. Hanya karena nikmat kesehatan dan kesempatan dari Allah-lah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"Pengukuran Kualitas Pelayanan di HBP Fitness Yogyakarta Berdasar Model Servperf".**

Maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi dan melengkapi syarat menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang berarti dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini, penulis dengan ketulusan hati mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kehidupan, keselamatan dan kesehatan baik jasmani maupun rohani.
2. Rasulullah yang tidak akan pernah lupa akan umatnya, senantiasa mencintai umatnya, dan senantiasa membimbing umatnya untuk tetap berada di jalan-Nya, dan semoga kita semua mendapatkan syafaatnya di yaumul akhir nanti.
3. Papa, mama, dan kakak yang selalu medoakan, membimbing dan mendukung selama pengerjaan skripsi.
4. Bapak Dr. Ir. Harsoyo, M.Sc selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Dr. Dwi Praptono Agus Hardjito, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

6. Bapak Drs. Zulian Yamit, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, pikiran dan tenaga dalam memberikan bimbingan, masukan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Drs. Sutrisno, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen.
8. Bapak Drs. Muchsin Muthohar.,MBA, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
9. Seluruh dosen pengajar yang telah memberikan ilmu dan membantu kelancaran studi penulis di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
10. Pemilik dan pengurus HBP Fitness yang telah memberikan izin penelitian sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik.
11. Seluruh pelanggan HBP Fitness yang telah menjadi responden.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan, semoga Allah melimpahkan berkah dan rahmatNya bagi Bapak, Ibu dan saudara yang telah berbuat banyak untuk penulis.

Dalam hal ini, penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu saran dan kritik masih diperlukan dalam penyempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 22-10-2016

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Sampul Depan Skripsi ……..…..……..i

Halaman Judul Skripsi …….....ii

Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme …….……...…iii

Halaman Pengesahan Skripsi ……...…….……iv

Halaman Pengesahan Ujian Skripsi ……...…….……v

Halaman Motto ……..…….……vi

Abstrak ……vii

Kata Pengantar ……viii

Daftar Isi ……...……..x

Daftar Tabel ……...……...xiii

Daftar Lampiran ……..……..…xiv

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah ……1

1.2 Rumusan Masalah …….…….5

1.3 Tujuan Penelitian …….…….5

1.4 Manfaat Penelitian …….…….5

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka …….……6

2.2 Landasan Teori …….……...……..8

2.2.1 Manajemen Operasi …….……...……..8

2.2.2 Definisi Kualitas Pelayanan …….…...……..8

2.2.3 Servperf …….……...……10

2.2.4 Dimensi Kualitas ……..……...……11

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian ……12

3.2 Variabel Penelitian ……12

3.3 Definisi Operasional Variabel ……12

3.4 Data dan Metode Pengumpulan Data ……13

3.4.1 Data ……13

3.4.2 Metode Pengumpulan Data ……13

3.5 Populasi dan Sampel ……14

3.5.1 Populasi ……14

3.5.2 Sampel ……14

3.6 Metode Analisis Data ……15

3.6.1 Uji Validitas ……15

3.6.2 Uji Reliabilitas ……16

3.6.3 Analisis Deskriptif ……...……17

3.6.4 Analisis Servperf ……17

BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kuesioner ……18

4.1.1 Uji Validitas ……18

4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas ……19

4.2 Analisis Deskriptif ……20

4.2.1 Deskriptif Profil Responden ……21

4.2.2 Analisis Arithmetic Mean ……26

4.2.3 Skala Kinerja ……26

4.3 Pembahasan dan Implikasi ……33

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan ……35

5.2 Saran ……36

DAFTAR PUSTAKA ……37

LAMPIRAN ……38

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Kinerja	19
Tabel 4.2	Hasil Pengujian Reliabilitas Kinerja	20
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	21
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	22
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	23
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	24
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	25
Tabel 4.8	Data Dimensi Bukti Fisik Setiap Pertanyaan	27
Tabel 4.9	Data Dimensi Kehandalan Setiap Pertanyaan	28
Tabel 4.10	Data Dimensi Daya Tanggap Setiap Pertanyaan	29
Tabel 4.11	Data Dimensi Jaminan Setiap Pertanyaan	30
Tabel 4.12	Data Dimensi Empati Setiap Pertanyaan	31
Tabel 4.13	Rata-rata Skala Kinerja	32

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

LAMPIRAN ……...…..……39

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam pembangunan ekonomi serta pemeliharaan kesehatan masyarakat, sektor jasa menempati kedudukan yang sangat penting sehingga tidak bisa diabaikan. Hal ini dapat dilihat dari kontribusi atau sumbangan yang diberikan sektor tersebut dalam penampungan tenaga kerja, menciptakan pekerjaan dan potensi sumbangannya bagi negara. Berkembangnya jasa-jasa pada umumnya tidak disebabkan oleh pengembangan perusahaan dalam industri jasa, melainkan karena semakin dewasanya perekonomian dan naiknya tingkat kehidupan.

Kesehatan ialah salah satu karunia Allah yang tepenting bagi kita dan faktor penunjang aktivitas yang terpenting. Betapa seringnya setiap individu merasa kesehatan itu merupakan nikmat yang berharga, justru setelah jatuh sakit. Tak jarang perasaan menyesal saat jatuh sakit, menyesal karena tidak menjaga kesehatan dengan baik hingga akhirnyapun harus jatuh sakit.

Ini terjadi karena setiap individu kerap menyepelekan arti kesehatan. Perilaku yang seringkali tidak menganggap kesehatan sebagai nikmat yang berharga, yang harus benar-benar dijaga. Kebersihan lingkungan merupakan hal yang tidak dapat dijauhkan dari sebuah kehidupan manusia dan merupakan unsur yang pasti atau tetap dalam ilmu kesehatan dan pencegahannya. Yang dimaksud dengan kebersihan lingkungan itu sendiri adalah menciptakan sebuah lingkungan yang sehat sehingga tidak gampang terserang atau terkena berbagai macam penyakit yang kapan saja bisa menyerang setiap individu seperti demam berdarah, muntaber dan lain-lain.

Faktor dari diri sendiri juga sangat berpengaruh besar dalam memperoleh kesehatan yang optimal selain melihat dari faktor lingkungan yang bersih. Diri sendiri haruslah memiliki kesadaran yang kuat akan pentingnya arti kesehatan. Dalam rangka mewujudkan kesehatan yang optimal, salah satunya dapat diperoleh dengan berolahraga setiap harinya. Olahraga rutin dapat meningkatkan level energi, memperbaiki suasana hati, mengontrol berat badan, membuat tidur lebih nyenyak, dan menurunkan risiko banyak penyakit seperti penyakit kardiovaskular, darah tinggi, osteoporosis dan diabetes. Salah satu hal penting dalam berolahraga adalah memerhatikan porsi. Kondisi normalnya berolahraga dianjurkan 30 menit setiap harinya. Olahraga secara berlebihan juga tidak dianjurkan, karena akan mengalami resiko seperti kelelahan, cedera otot, mempengaruhi kualitas tidur, meningkatkan nafsu makan sehingga otomatis menambah berat badan.

Semua manusia pada dasarnya ingin memiliki tubuh yang sehat, bentuk yang ideal dan ukuran yang proporsional. Salah satu bentuk usaha yang dapat dilakukan adalah dengan menambah pengetahuan dan wawasan tentang bagaimana cara memperoleh tubuh yang sehat dan bagaimana membentuk tubuh. Seiring dengan semakin tingginya tingkat kesadaran masyarakat untuk hidup sehat, maka industri fitness menjadi salah satu tempat yang cukup potensial untuk menunjang tubuh yang sehat, ideal dan proporsional.

Inilah kemudian yang terlihat ditengah kepenatan orang yang singgah ke pusat latihan kebugaran. Pengelola yang pandai tidak menyia-nyiakan kesempatan dan melihat celah untuk memanfaatkan peluang yang ada dalam memberikan pelayan yang baik dan tepat sehingga mampu memenuhi kebutuhan para pelanggannya.

Perkembangan yang terjadi di berbagai *fitness center* memunculkan bermacam-macam alat olahraga.

HBP Fitness merupakan salah satu pusat kebugaran yang terletak di Yogyakarta, yang menawarkan sederet fasilitas dan memberikan pelayanan yang berkualitas. Tempat ini memiliki pelayanan yang sangat ramah dan menyenangkan. Tempatnya juga bersih, nyaman dan alat yang disediakan lumayan lengkap. Berbagai alat fitness sudah tersedia di tempat ini. Alat-alat di tempat ini juga masih dalam keadaan sangat bagus karena selalu dirawat dengan baik. Setiap kerusakan akan langsung ditangani, sehingga pelanggan tidak akan merasa jengkel saat fitnes karena mendapati alat yang rusak yang biasanya menunda proses saat melakukan fitness. HBP Fitness ini terletak di jalan Laksda Adisucipto km.6,5 Yogyakarta. Akses untuk ke tempat ini sangatlah mudah, dari segi biaya untuk melakukan fitnespun tidak mahal dan fitnes dapat dilakukan sepuasnya dengan biaya yang tidak menguras kantong.

Kualitas merupakan komponen utama dalam persaingan bisnis barang dan jasa. Manajemen kualitas adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan yang tidak terpenuhi yang menentukan pasar target yang dapat dilayani organisasi dengan cara yang terbaik, yang memutuskan produk, pelayanan dan program yang tepat untuk melayani pelanggan dengan cara yang terbaik.

Secara sederhana, kualitas berarti kesesuaian dengan spesifikasi pelanggan. Kualitas bukanlah memenuhi sejumlah kriteria yang ditetapkan perusahaan, sebaliknya kualitas adalah memenuhi kriteria yang ditetapkan pelanggan. Kunci mencapai jenis kualitas ini adalah mengetahui siapa pelanggannya dan apa yang mereka inginkan. Sektor jasa yang menghasilkan produk berupa pelayanan memiliki sifat yang khas, maka penggunaan teknik manajemen kualitas standar tidaklah sesuai karena sifatnya

yang khas tersebut, beberapa peneliti dan akademisi mengembangkan beberapa metode untuk menemukan, mengukur, dan menganalisa determinan dari kualitas pelayanan.

Kualitas dan layanan memainkan peranan penting dalam pemasaran semua produk dan menjadi hal penting dalam banyak industri karena menjadi pembeda yang paling efektif bagi sejumlah produk. Banyak organisasi yang menggunakan berbagai strategi untuk meningkatkan pangsa pasar, sehingga penilaian menyeluruh konsumen terhadap hasil pelayanan dapat dirasakan saat menerima pelayanan dari penyedia jasa, maka dari itu pengukuran kualitas jasa/pelayanan lebih tepat dan spesifik menggunakan model servperf.

Khususnya dalam dunia pelayanan pada pusat kebugaran, pengukuran ini sangat diperlukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kinerja jasa/layanan (service performance). SERVPERF/service performance adalah penilaian menyeluruh konsumen terhadap hasil pelayanan yang dirasakan saat menerima pelayanan dari penyedia jasa.

Sebagai salah satu sarana pusat kebugaran diharapkan mampu untuk selalu konsisten pada peranannya, terutama pada kualitas pelayanan dalam upaya memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Adanya formulasi serta perencanan pembaharuan pelayanan terencana hingga melakukan peninjauan ulang sangatlah penting. Melihat dari penetapan standar pelayanan yang diberikan oleh HBP Fitness kepada pelanggan sangat dirasa cukup menarik untuk dilakukannya analisa. Pelayanan yang di berikan kepada pelanggan dimulai dari membantu memahami keluhan, keinginan dan memenuhi permintaan dengan kinerja yang baik dan dirasa cukup nyaman. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik mengangkat judul penelitian ini yaitu “Pengukuran Kualitas Pelayanan di HBP Fitness Yogyakarta Berdasar Model Servperf”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana respon pelanggan terhadap dimensi kualitas pelayanan di HBP Fitness Yogyakarta ?
2. Indikator dimensi kualitas pelayanan apa saja yang harus diperbaiki dan dipertahankan kinerjanya ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui respon pelanggan terhadap dimensi kualitas pelayanan di HBP Fitness Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui indikator pada dimensi kualitas pelayanan apa saja yang harus diperbaiki dan dipertahankan kinerjanya.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Untuk memperdalam ilmu dan pengetahuan tentang manajemen operasional khususnya tentang manjemen kualitas. Sebagai tambahan wawasan guna mempratekkan teori dan ilmu pengetahuan praktis yang diperoleh dibangku perkuliahan.

2. Bagi perusahaan

Memberikan informasi untuk perusahaan yang bersangkutan yang hubungannya dalam pelayanan jasa sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan di dalam perusahaan.

3. Bagi pihak lain

Untuk memberikan tambahan wawasan bagi pembaca mengenai manajemen operasional khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1. Kajian Pustaka

Supiani dan Irfan Ardiansyah (2013) melakukan penelitian dengan judul "Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Barang Dan Dokumen Dengan Metode SERVPERF Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Pelayanan (Studi Kasus Pada Agen Utama JNE Margonda Raya, Depok)". Penilaian kualitas jasa pelayanan dalam/penelitian ini dilakukan untuk menentukan atribut dan tingkat kepuasaan konsumen terhadap kualitas atribut jasa pelayanan PT JNE Depok dengan menggunakan metode servperf. Metode servperf menentukan kualitas layanan dengan melakukan pengukuran hanya pada kinerja pelayanan. Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi identifikasi atribut awal, lalu menentukan keunggulan dan kelemahan layanan dengan analisis kwadran. Berdasarkan hasil perhitungan dengan metode servperf, diketahui bahwa atribut keinginan konsumen termasuk ke dalam kuadran A (prioritas utama). Ini menunjukkan bahwa daftar keinginan konsumen memiliki tingkat kepentingan yang tinggi. Yang masih menunjukkan kinerja (kepuasan) yang kurang adalah variasi jenis tarif logistik regional dan internasional, adanya Pelayanan Tracing (pelacakan posisi barang), kemauan dan kemampuan karyawan untuk memberikan informasi mengenai layanan kepada konsumen, dan saluran komunikasi perusahaan yang mudah dihubungi (telp, fax, email, website online, dll).

Nurul Aini (2013) melakukan penelitian dengan judul "Analisis Tingkat Kepuasan Penumpang Terhadap Kualitas Layanan Jasa Kereta Api Eksekutif Argo

Lawu". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan penumpang terhadap layanan jasa yang diberikan oleh KA Eksekutif Argo Lawu. Sedangkan untuk menghitung kepuasan penumpang digunakan analisis Importance Performence Analysis dan untuk menghitung kualitas layanan digunakan analisis Service Petibrinance tertimbang (SERVTERF tertimbang). Hasil analisis data diperoleh kesimpulan bahwa keterkaitan antara keandalan dan keberwujudan dengan kepuasan secara teoritis dan hipotesis mempunyai keterkaitan yang erat. Hasil penelitian tidak membuktikan hipotesis dan teori tersebut. Hal ini ditunjukkan oleh nilai probabilitas Chi Square antara ketanggapan, keyakinan dan empati dengan kepuasan penumpang sebesar 0,054 (ketanggapan) 0.064 (keyakinan) dan 0.105 (empati) probabilitas diatas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa faktor ketanggapan, keyakinan dan empati kurang dianggap penting dalam pandangan konsumen yang dikaitkaan dengan kepuasan.

Sujarwo dan Afsah Novita Sari (2011) melakukan penelitian dengan judul "Analisis Kualitas Jasa Layanan Universitas Pesantren Tinggi Darul 'Ulum Dengan Metode Servperf Dalam Kesiapan Menghadapi Persaingan". Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas jasa pelayanan dimaksudkan untuk menentukan atribut dan tingkat kepuasaan konsumen terhadap kualitas atribut jasa pelayanan tersebut. Metode servperf menentukan kualitas layanan dengan hanya melakukan pengukuran pada kinerja pelayanan. Berdasarkan hasil perhitungan dalam metode Servperf, atribut keinginan konsumen termasuk kedalam kuadran A (prioritas utama) yang menunjukkan bahwa daftar keinginan konsumen yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, namun masih menunjukkan kinerja (kepuasan) yang kurang.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Manajemen Operasi

Definisi dari manajemen operasi adalah suatu aktivitas dalam mentransformasikan input-input menjadi output-output yang dapat menambah nilai pada barang atau jasa. Manajemen operasi merupakan salah satu dasar teori yang sangat dibutuhkan oleh sebuah perusahaan produk maupun jasa. Dengan adanya manajemen operasi yang baik pada perusahaan, dapat membuat perusahaan produk maupun jasa menjadi efisien dan efektif.

Manajemen operasi sendiri berhubungan tentang pembuatan keputusan pada perusahaan jasa maupun produk, yaitu pembuatan keputusan akan proses input menjadi output (Heizer dan Render, 2009).

Menurut Anoraga (2009), manajemen operasional adalah seluruh aktivitas untuk mengatur dan mengkoordinir faktor-faktor produksi secara efektif dan efisien untuk dapat menciptakan dan menambah nilai dan benefit dari produk (barang atau jasa) yang dihasilkan oleh sebuah organisasi.

2.2.2 Definisi Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas jasa atau pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Lewis & Booms (dalam Tjiptono, 2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan. Faktor utama yang

mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan tersebut. Nilai kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan atau dalam hal ini pengunjung untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan lembaga atau instansi pemberi pelayanan jasa. Ikatan hubungan yang baik ini akan memungkinkan lembaga pelayanan jasa untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan/pengunjung serta kebutuhan mereka.

Demikian pula dengan penyedia layanan jasa dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dengan memaksimalkan pengalaman pengunjung yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pengunjung yang kurang menyenangkan. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal, tetapi sebaliknya jika layanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan rendah.

Menurut Wyckof (1990) seperti dikutip Tjiptono (2005) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai “tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Menurut Zulian Yamit, (2005:21-22) meskipun terjadi beberapa perbedaan terhadap pengertian jasa pelayanan dan secara terus menerus perbedaan tersebut akan mengganggu, beberapa karakteristik jasa pelayanan berikut ini akan

memberikan jawaban yang lebih mantap terhadap pengertian jasa pelayanan. Karakteristik jasa pelayanan tersebut adalah :

1. Tidak dapat diraba (*intangibility*)
2. Tidak dapat disimpan (inability to inventory)
3. Produksi dan konsumsi secara bersama
4. Memasukinya lebih mudah
5. Sangat dipengaruhi oleh faktor dari luar

2.2.3 Servperf

Service Performance atau biasa disebut SERVPERF merupakan metode pengukuran kualitas pelayanan namun hanya pada kinerja pelayanan saja. Kualitas pelayanan secara langsung dipengaruhi oleh persepsi pelanggan terhadap kinerja bukan dari analisa kesenjangan (gap) seperti dalam model SERVQUAL. Pengukuran kualitas pelayanan menggunakan SERVPERF tidak memasukkan ekspektasi kualitas dan cukup dihitung berdasarkan performance jasa saat ini. SERVPERF dikembangkan oleh Cronin dan Taylor pada tahun 1992.

Kinerja jasa merupakan perbaikan atau penyempumaan dari teori SERVQUAL dan salah satu keunggulan SERVPERF merupakan keefisienannya dibandingkan skala SERVQUAL karena 50 % item dari 44 menjadi 22 dan SERVPERF lebih konsisten (Cronin dan Taylor 1992). Kritik utama terhadap SERVQUAL yang menggunakan metodologj gap, dicoba diperbaiki oleh SERVPERF yang mengukur kualitas jasa hanya berdasarkan kinerjanya saja.

2.2.4 Dimensi Kualitas

Menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (Tjiptono, 2001, hal 27) ada lima karakterisrik popular yang sangat simpel yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas jasa. Lima dimensi tersebut adalah:

1. Bukti langsung (tangibles), yang meliputi seperti fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Kehandalan (reliability), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
3. Daya tanggap (responsiveness), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (assurance), mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko, dan keragu-raguan.
3. Empati (empathy), yang meliputi seperti kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Dimensi kualitas ini sangat berpengaruh pada harapan pelanggan dan kenyataan yang dihadapi pelanggan saat menggunakan jasa perusahaan. Jika nyatanya pelanggan menerima layanan yang melebihi harapan maka pelanggan akan mengatakan layanan perusahaan berkualitas. Namun apabila pelanggan menerima layanan yang tidak sesuai (kurang) dari harapan, maka pelanggan akan mengatakan pelayanan tidak berkualitas.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan responden pemakai jasa pelayanan HBP Fitness yang terletak di jalan Laksda Adisucipto km.6,5 Yogyakarta.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan terdiri dari variabel tidak terikat.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Indikatornya sebagai berikut:

a. Bukti langsung

   Memiliki peralatan dan fasilitas yang sesuai dengan jasa yang ditawarkan.

b. Kehandalan

   Menyampaikan jasa secara benar kepada pelanggan.

c. Daya tanggap

   Kemampuan memberikan respon dengan cepat dan selalu bersedia membantu pelanggan.

d. Jaminan

   Perasaan aman, percaya saat melakukan kegiatan fitness.

e. Empati

   Pelanggan diperlakukan secara ramah dan sopan.

3.4 Data dan Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer. Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari konsumen HBP Fitness yang menjadi responden penelitian, melalui pengisian kuesioner. Kuesioner ini berisi mengenai pertanyaan-pertanyaan yang menyangkut kualitas pelayanan berdasarkan kinerja di HBP Fitness Yogyakarta dan sebagai salah satu sarana untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan skripsi. Jawaban yang Bapak/Ibu/Sdr/i mempunyai keleluasaan untuk menjawab yang paling sesuai dengan pendapat dan keadaan. Data-data yang dikumpulkan di sumber primer ini berasal dari situasi langsung yang aktual ketika suatu peristiwa itu terjadi.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Peneliti akan melakukan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan respon dari kualitas layanan yang dirasakan oleh konsumen HBP Fitness.

Adapun pengukuran penilaian dilakukan dengan menggunakan skala likert lima poin jawaban yaitu:

1. Nilai 5 = Sangat setuju (SS)
2. Nilai 4 = Setuju (S)
3. Nilai 3 = Netral (N)
4. Nilai 2 = Tidak setuju (TS)
5. Nilai 1 = Sangat tidak setuju (STS)

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2009 : 115) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengguna HBP Fitness Yogyakarta.

3.5.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2009 : 64) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yang akan digunakan adalah metode Non Probability Sampling. Yang menjadi syarat pertimbangan dalam Non Probability Sampling pada penelitian ini adalah konsumen yang tentunya sudah pernah menggunakan sarana pusat kebugaran HBP Fitness.

Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang pelanggan yang tentunya sudah pernah menggunakan sarana pusat kebugaran HBP Fitness. Pemilihan jumlah ini didasarkan pada rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{1}{4}\left(\frac{Z\alpha/_2}{E}\right)^2$$

keterangan:

n : Jumlah sample

Z : Angka yang menunjukkan penyimpangan suatu nilai variable dari mean dihitung dalam satuan deviasi standard tertentu.

E : Error (Kesalahan)

Dari nilai (level of significance) yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu : 0,05 diharapkan bahwa besarnya kesalahan dalam penggunaan sampel (kesalahan sampling) tidak lebih dari 10 persen.

Dengan rumus diatas jumlah sample dapat ditentukan sebagai berikut :

$$n = n = \frac{1}{4}\left(\frac{Z_{0,05/2}}{0,1}\right)^2$$

$$= \frac{1}{4}\left(\frac{1,96}{0,1}\right)^2$$

$$= 96,04$$

Sehingga jumlah sampel minimal yang dapat digunakan adalah 96.04 orang. Penulis membulatkannya menjadi 100 orang untuk memudahkan dalam melakukan perhitungan data dari kuesioner.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi. Sebaiknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Untuk menghitung validitas menggunakan rumus korelasi yang dikemukakan oleh Pearson, yang dikenal dengan sebutan rumus korelasi product moment, rumusnya sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

n = jumlah sampel / responden

X = skor responden untuk tiap item

Y = total skor tiap responden dari seluruh item

ΣX = jumlah skor tiap item

ΣY = jumlah skor total

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat skor tiap item

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat skor total

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Hasil penelitian yang reliabel akan terdapat kesamaan data walaupun dalam waktu yang berbeda. Cara menghitung tingkat reliabilitas suatu data yaitu dengan menggunakan rumus alpha Cronbach. Adapun rumus perhitungannya adalah:

$$r11 = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2}\right]$$

keterangan :

r11 = reliabilitas yang dicari

k = jumlah item pertanyaan yang di uji

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians skor tiap-tiap item

$\sum \sigma t^2$ = varians total

Apabila variabel yang diteliti mempunyai cronbach's alpha (α) > 60 % (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliable sebaliknya jika cronbach's alpha (α) < 60 % (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliable.

3.6.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan karakteristik responden dan penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan di HBP Fitness Yogyakarta. Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dapat diketahui penilaian responden terhadap kelima dimensi kualitas pelayanan di HBP Fitness Yogyakarta yang terdiri dari bukti fisik (tangible), kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati berdasarkan kinerjanya. Melalui penilaian rata-rata sehingga diperoleh skor pada variabel penelitiannya.

3.6.4 Analisis Servperf

Skala ini menyatakan bahwa ukuran kualitas pelayanan adalah kinerja dari pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan konsumen hanya akan dapat menilai kualitas dari pelayanan yang benar benar mereka rasakan. Cronin dan Taylor menyatakan bahwa ukuran yang berdasarkan kinerja (SERVPERF) akan lebih merefleksikan kualitas pelayanan. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Alford dan Sherrell (1996), bahwa SERVPERF akan menjadi prediktor yang baik bagi kualitas pelayanan. Perbedaan utama pada model SERVPERF dan SERVQUAL adalah perlu atau tidaknya penggunaan ekspektasi kualitas dalam perhitungan kualitas jasa.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan permasalahan dan perumusan model yang telah dikemukakan, serta kepentingan pengujian hipotesis, maka teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis kuantitatif. Adapun isi dari bab ini meliputi uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif, analisis statistik dan pembahasan hasil penelitian

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kuesioner

4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas menggunakan metode korelasi *Product Moment*, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor jawaban yang diperoleh pada masing – masing item, dihitung dengan menggunakan bantuan komputer program *SPSS For Windows 17.00*. Jika r hitung > dari r Tabel (pada taraf signifikasi 10%) maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2005). Cara melihat Tabel ialah dengan melihat baris N-2 (Singarimbun dan Effendi, 1989), sehingga nilai r Tabel adalah sebesar 0,196. Hasil Uji validitas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.1:

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas Kinerja

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Tangibles	TA1	0.641	0.196	Valid
	TA2	0.803	0.196	Valid
	TA3	0.670	0.196	Valid
	TA4	0.497	0.196	Valid
Reliability	RE1	0.834	0.196	Valid
	RE2	0.882	0.196	Valid
	RE3	0.819	0.196	Valid
	RE4	0.950	0.196	Valid
Responsiveness	RES1	0.801	0.196	Valid
	RES2	0.889	0.196	Valid
	RES3	0.774	0.196	Valid
	RES4	0.952	0.196	Valid
Assurance	AS1	0.827	0.196	Valid
	AS2	0.867	0.196	Valid
	AS3	0.892	0.196	Valid
	AS4	0.848	0.196	Valid
Emphaty	EM1	0.813	0.196	Valid
	EM2	0.908	0.196	Valid
	EM3	0.839	0.196	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui nilai r hitung atau koefisien korelasi semunya lebih besar dari r_{tabel} (0,196). Dengan demikian seluruh butir pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan valid atau sahih.

4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian ini menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha (α)* > 0,6 yaitu bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan

menghasilkan kesimpulan yang sama. Hasil uji reliabilitas pertanyaan tentang variabel kualitas pelayanan, dapat diringkas sebagaimana yang tersaji dalam Tabel 4.2 berikut ini.

Tabel 4.2

Hasil Pengujian Reliabilitas Kinerja

Variabel	Koef. Alpha Cronbach's	Nilai Kritis	Keterangan
Reliability	0,890	0,6	Handal
Responsiveness	0,872	0,6	Handal
Assurance	0,880	0,6	Handal
Emphaty	0,813	0,6	Handal
Tangible	0,710	0,6	Handal

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan hasil uji reliabilitas seperti Tabel 4.2, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6, dengan mengacu pendapat Ghozali (2005) maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah reliabel.

4.2. Analisis Deskriptif

Yaitu analisis dengan merinci dan menjelaskan keterkaitan data penelitian dalam bentuk kalimat. Pada bagian ini akan dikemukakan hasil analisis deskripsi yang meliputi karakteristik responden serta uji rata – rata (mean) pada variabel penelitian yang meliputi variabel kualitas pelayanan.

4.2.1 Deskriptif Profil Responden

1. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok laki - laki dan perempuan. Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan jenis kelamin seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – laki	56	56%
Perempuan	44	44%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah, 2016

Berdasarkan jenis kelamin responden, dapat diketahui bahwa responden laki - laki sebanyak 56 orang atau sebesar 56% dan perempuan sebanyak 44 orang atau sebesar 44% dari total jumlah responden. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden yang menjadi pelanggan HBP Fitness Yogyakarta adalah laki-laki, karena pelanggan pria memiliki kebutuhan yang besar terhadap kegiatan fitness dibandingkan wanita.

2. Usia Responden

Hasil distribusi usia responden dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	19	19%
20 - 35 tahun	55	55%
36 - 50 tahun	18	18%
> 50 tahun	8	8%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah, 2016

Berdasarkan umur responden, dapat diketahui bahwa responden yang berumur kurang dari 20 tahun sebanyak 19 orang atau 19%, responden yang berumur antara 20 tahun sampai 35 tahun berjumlah 55 orang atau 55% dari total jumlah responden, antara 36 tahun sampai 50 tahun berjumlah 18 orang atau 18%, dan lebih dari 50 tahun sebanyak 8 orang atau 8%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan HBP Fitness Yogyakarta adalah berusia muda atau eksekutif muda, untuk menjaga kebugaran badannya.

3. Pendidikan Responden

Hasil distribusi pendidikan responden dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMP	8	8%
SMU	26	26%
Perguruan Tinggi	43	43%
Lainnya	23	23%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah, 2016

Berdasarkan pendidikan responden, dapat diketahui bahwa responden yang tamat perguruan tinggi sebanyak 43 orang atau 43%, SMP berjumlah 8 orang atau 8%, SMU berjumlah 26 orang atau 26%, dan lainnya sebanyak 23 orang atau 23%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan HBP Firness Yogyakarta adalah berpendidikan tinggi, karena telah tamat perguruan tinggi, sehingga penilaian pelayanan yang ditawarkan oleh jasa fitness ini lebih *representatif,* karena tingkat pendidikan cenderung berbanding lurus dengan pengetahuan dan keterampilan seseorang.

4. Pekerjaan Responden

Hasil analisis data ini diperoleh nilai distribusi frekuensi terhadap pekerjaan responden seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar	11	11%
Mahasiswa	22	22%
Pegawai swasta/BUMN	12	12%
Pengusaha/Wiraswasta	34	34%
PNS	17	17%
Pensiunan	4	4%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah, 2016

Berdasarkan pekerjaan responden dapat diketahui bahwa jumlah pelanggan pelajar sebanyak 11 orang atau 11%, mahasiswa sebanyak 22 orang atau 22%, pengawai swasta/BUMN sebanyak 12 orang atau 12%, pengusaha/wiraswasta sebanyak 34 orang atau 34%, pegawai negeri sebanyak 17 orang atau 17%, dan pensiunan sebanyak 4 orang atau sebanyak 4% dari jumlah total responden. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan HBP Firness Yogyakarta mayoritas adalah pengusaha/wiraswasta.

5. Pendapatan Responden

Hasil analisis data ini diperoleh nilai distribusi frekuensi terhadap pendapatan pelanggan seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.7

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Rp.500.000 - Rp.1.000.000	9	9%
Rp.1.000.0001 - Rp.1.500.000	14	14%
Rp.1.500.001 - Rp.2000.000	10	10%
Rp.2.000.001 - Rp.2.500.000	11	11%
Rp.2.500.001 - Rp. 3000.000	17	17%
> Rp.3.000.000	39	39%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah, 2016

Berdasarkan pendapatan responden dapat diketahui bahwa responden yang berpendapatan Rp.500.000 - Rp.1000.000 sebanyak 9 orang atau 9%, responden yang pendapatan antara Rp.1000.001,- sampai Rp.1.500.000 sebanyak 14 orang atau sebanyak 14%, antara Rp.1.500.001 - Rp.2.000.000 sebanyak 10 orang atau sebanyak 10%, antara Rp.2.000.001 - Rp.2.500.000 sebanyak 11 orang atau sebanyak 11%, pendapatan Rp.2.500.001 - Rp.3.000.000 sebanyak 17 orang atau sebanyak 17,%, dan lebih dari Rp.3000.000 sebanyak 39 orang atau 39%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan HBP Fitness Yogyakarta memiliki pendapatan tinggi,

sehingga memiliki kemampuan untuk melakukan pembelian jasa fitness ini secara berkala.

4.2.2 Analisis Arithmetic Mean

Yaitu nilai rata – rata dari hasil penelitian terhadap variabel penelitian dan merupakan jumlah dari seluruh hasil penelitian dengan jumlah penelitiannya. Untuk menginterpretasikan variabel kualitas pelayanan yang dapat ditentukan dengan nilai rata-rata yang berpedoman pada batasan-batasan sebagai berikut :

Skor persepsi terendah adalah : 1

Skor persepsi tertinggi adalah : 5

Interval = $\frac{5-1}{5} = 0{,}80$

Sehingga diperoleh batasan persepsi adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,80	=	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,60	=	Tidak Baik
2,61 – 3,40	=	Cukup Baik
3,41 – 4,20	=	Baik
4,21 – 5,00	=	Sangat Baik

4.2.3 Skala kinerja

a. Dimensi bukti fisik *(tangible)*

Dimensi bukti fisik terdiri dari empat pertanyaan dengan lima jawaban, yaitu sangat tidak baik, tidak baik, cukup baik, baik dan sangat baik. Jawaban sangat baik menunjukkan bahwa tingkat dimensi bukti fisik sangat tinggi sedangkan sangat

tidak baik menunjukkan bahwa tingkat dimensi bukti fisik sangat rendah. Berikut ini hasil data dimensi bukti fisik:

Tabel 4.8

Data Dimensi Bukti Fisik Setiap Pertanyaan

No	Pertanyaan	Rerata	Kategori
1	HBP Fitness Yogyakarta menggunakan peralatan (Fasilitas) yang modern	3,92	Baik
2	Fasilitas yang ada di HBP Fitness Yogyakarta menarik secara visual	3,86	Baik
3	Instruktur HBP Fitness Yogyakarta berpakaian rapi dan berpenampilan secara professional	3,95	Baik
4	Desain interior maupun eksterior di HBP Fitness Yogyakarta menarik	3,93	Baik
Rata-rata		**3.92**	**Baik**

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.8, pada item Instruktur HBP Fitness Yogyakarta berpakaian rapi dan berpenampilan secara professional mendapatkan respon paling baik dengan nilai rata-rata 3,95 sedangkan pada item fasilitas yang ada di HBP Fitness Yogyakarta menarik secara visual mendapatkan respon terendah dengan nilai rata-rata 3,86. Keseluruhan pada data dimensi bukti fisik menunjukkan bahwa setiap indikator mendapatkan respon baik, yang mana semua dimensi masuk kedalam kategori baik.

b. Dimensi Kehandalan *(reliability)*

Dimensi kehandalan terdiri dari empat pertanyaan dengan lima jawaban, yaitu sangat tidak baik, tidak baik, cukup baik, baik dan sangat baik. Jawaban sangat baik menunjukkan bahwa tingkat dimensi kehandalan sangat tinggi sedangkan sangat tidak baik menunjukkan bahwa tingkat dimensi kehandalan sangat rendah. Berikut ini hasil data dimensi kehandalan:

Tabel 4.9

Data Dimensi Kehandalan Setiap Pertanyaan

No	Pertanyaan	Rerata	Kategori
1	HBP Fitness Yogyakarta memberikan jasa sesuai yang dijanjikan kepada pelanggan	3,88	Baik
2	Penanganan terhadap masalah jasa pelanggan dapat diandalkan	3,89	Baik
3	Instruktur HBP Fitness Yogyakarta memberikan jasa dengan tepat waktu	3,83	Baik
4	Instruktur HBP Fitness Yogyakarta melayani sesuai waktu yang telah dijanjikan	3,91	Baik
Rata-rata		**3.88**	**Baik**

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.9, pada item Instruktur HBP Fitness Yogyakarta melayani sesuai waktu yang telah dijanjikan mendapatkan respon paling baik dengan nilai rata-rata 3,91 sedangkan pada item Instruktur HBP Fitness Yogyakarta memberikan jasa dengan tepat waktu mendapatkan respon terendah dengan nilai rata-rata 3,83. Keseluruhan pada data dimensi kehandalan menunjukkan bahwa setiap indikator mendapatkan respon baik, yang mana semua dimensi masuk kedalam kategori baik.

c. Dimensi Daya Tanggap *(responsiveness)*

Dimensi kehandalan terdiri dari empat pertanyaan dengan lima jawaban, yaitu sangat tidak baik, tidak baik, cukup baik, baik dan sangat baik. Jawaban sangat baik menunjukkan bahwa tingkat dimensi daya tanggap sangat tinggi sedangkan sangat tidak baik menunjukkan bahwa tingkat dimensi daya tanggap sangat rendah. Berikut ini hasil data dimensi daya tanggap:

Tabel 4.10

Data Dimensi Daya Tanggap Setiap Pertanyaan

No	Pertanyaan	Rerata	Kategori
1	Instruktur HBP Fitness Yogyakarta selalu memberikan informasi pada pelanggan saat akan memberikan jasa	3,88	Baik
2	Instruktur HBP Fitness Yogyakarta memberikan jasa yang cepat kepada pelanggan	3,79	Baik
3	Instruktur HBP Fitness Yogyakarta selalu bersedia untuk membantu pelanggan	3,78	Baik
4	Instruktur HBP Fitness Yogyakarta siap dan selalu siaga untuk merespon permintaan pelanggan	3,82	Baik
Rata-rata		**3.82**	**Baik**

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.10, pada item Instruktur HBP Fitness Yogyakarta selalu memberikan informasi pada pelanggan saat akan memberikan jasa mendapatkan respon paling baik dengan nilai rata-rata 3,88 sedangkan pada item Instruktur HBP Fitness Yogyakarta selalu bersedia untuk membantu pelanggan mendapatkan respon terendah dengan nilai rata-rata 3,78. Keseluruhan pada data dimensi daya tanggap menunjukkan bahwa setiap indikator mendapatkan respon baik, yang mana semua dimensi masuk kedalam kategori baik.

d. Dimensi Jaminan *(assurance)*

Dimensi jaminan terdiri dari empat pertanyaan dengan lima jawaban, yaitu sangat tidak baik, tidak baik, cukup baik, baik dan sangat baik. Jawaban sangat baik menunjukkan bahwa tingkat dimensi jaminan sangat tinggi sedangkan sangat tidak baik menunjukkan bahwa tingkat dimensi jaminan sangat rendah. Berikut ini hasil data dimensi jaminan:

Tabel 4.11

Data Dimensi Jaminan Setiap Pertanyaan

No	Pertanyaan	Rerata	Kategori
1	Instruktur HBP Fitness Yogyakarta memberikan dan menanamkan kepercayaan kepada pelanggan	3,53	Baik
2	Instruktur membuat pelanggan merasa nyaman menggunakan jasa HPB Fitness Yogyakarta	3,81	Baik
3	Instruktur HBP Fitness Yogyakarta melayani dengan ramah dan sopan	3,72	Baik
4	Instruktur HBP Fitness Yogyakarta memiliki kemampuan pengetahuan dalam menjawab pertanyaan pelanggan	3,68	Baik
Rata-rata		**3.69**	**Baik**

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.11, pada item Instruktur membuat pelanggan merasa nyaman menggunakan jasa HPB Fitness Yogyakarta mendapatkan respon paling baik dengan nilai rata-rata 3,81 sedangkan pada item Instruktur HBP Fitness Yogyakarta memberikan dan menanamkan kepercayaan kepada pelanggan mendapatkan respon terendah dengan nilai rata-rata 3,53. Keseluruhan pada data dimensi jaminan menunjukkan bahwa setiap indikator mendapatkan respon baik, yang mana semua dimensi masuk kedalam kategori baik.

e. Dimensi Empati *(empathy)*

Dimensi empati terdiri dari tiga pertanyaan dengan lima jawaban, yaitu sangat tidak baik, tidak baik, cukup baik, baik dan sangat baik. Jawaban sangat baik menunjukkan bahwa tingkat dimensi empati sangat tinggi sedangkan sangat tidak baik menunjukkan bahwa tingkat dimensi empati sangat rendah. Berikut ini hasil data dimensi empati:

Tabel 4.12

Data Dimensi Empati Setiap Pertanyaan

No	Pertanyaan	Rerata	Kategori
1	Instruktur HBP Fitness Yogyakarta memberikan perhatian khusus (individu) kepada pelanggan	3,70	Baik
2	Instruktur HBP Fitness Yogyakarta ikhlas dalam memberikan perhatian kepada pelanggan	3,70	Baik
3	Instruktur HBP Fitness Yogyakarta memahami atas kebutuhan pelanggannya	3,66	Baik
Rata-rata		**3.69**	**Baik**

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.12, pada item Instruktur HBP Fitness Yogyakarta memberikan perhatian khusus (individu) kepada pelanggan dan Instruktur HBP Fitness Yogyakarta ikhlas dalam memberikan perhatian kepada pelanggan mendapatkan respon paling baik dengan nilai rata-rata 3,70 sedangkan pada item Instruktur HBP Fitness Yogyakarta memahami atas kebutuhan pelanggannya mendapatkan respon terendah dengan nilai rata-rata 3,66. Keseluruhan pada data dimensi empati menunjukkan bahwa setiap indikator mendapatkan respon baik, yang mana semua dimensi masuk kedalam kategori baik.

Hasil perhitungan rata-rata skala kinerja pada masing-masing dimensi dapat ditunjukkan pada table berikut :

Tabel 4.13

No	Dimensi	Rerata	Kategori
1	Bukti fisik	3,92	Baik
2	Kehandalan	3,88	Baik
3	Daya tanggap	3,82	Baik
4	Jaminan	3,69	Baik
5	Empati	3,69	Baik
Rata-rata total		**3,8**	**Baik**

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.13, pada dimensi bukti fisik mendapatkan respon dengan nilai rata-rata 3,92, dimensi kehandalan mendapatkan respon dengan nilai rata-rata 3,88, dimensi daya tanggap mendapatkan respon dengan nilai rata-rata 3,82, dimensi jaminan mendapatkan respon dengan nilai rata-rata 3,69, dan pada dimensi empati mendapatkan respon dengan nilai rata-rata 3,69. Terbukti bukti fisik menjadi dimensi yang mendapatkan respon paling baik dengan nilai rata-rata (3,92) sedangkan pada dimensi jaminan dan empati mendapatkan respon terendah dengan nilai rata-rata (3,69). Keseluruhan pada data dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tangap, jaminan, dan empati menunjukkan respon baik dengan nilai rata-rata keseluruhan (3,8), yang mana semua dimensi masuk kedalam kategori baik.

4.3 Pembahasan dan Implikasi

Berdasarkan profil pelanggan HBP Fitness Yogyakarta dapat diketahui bahwa responden yang berumur antara 20 tahun sampai 35 tahun berjumlah 55 orang atau 55% dari total jumlah responden, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan HBP Fitness Yogyakarta adalah berusia muda atau eksekutif muda, untuk menjaga kebugaran badannya. Berdasarkan pendidikan responden, dapat diketahui bahwa responden yang tamat perguruan tinggi sebanyak 43 orang atau 43% dari total jumlah responden, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan HBP Firness Yogyakarta adalah berpendidikan tinggi, karena telah tamat perguruan tinggi, sehingga penilaian pelayanan yang ditawarkan oleh jasa fitness ini lebih *representatif,* karena tingkat pendidikan cenderung berbanding lurus dengan pengetahuan dan keterampilan seseorang. Berdasarkan pekerjaan responden dapat diketahui bahwa jumlah pelanggan pengusaha/wiraswasta sebanyak 34 orang atau 34%, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan HBP Firness Yogyakarta mayoritas adalah pengusaha/wiraswasta. Berdasarkan pendapatan responden dapat diketahui bahwa responden yang berpendapatan lebih dari Rp.3000.000 sebanyak 39 orang atau 39%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan HBP Fitness Yogyakarta memiliki pendapatan tinggi, sehingga memiliki kemampuan untuk melakukan pembelian jasa fitness ini secara berkala. Hal ini menunjukkan bahwa profil pelanggan HBP Fitness Yogyakarta cukup potensial, sehingga segmen pelanggan ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi manajemen HBP Fitness Yogyakarta untuk menentukan pangsa pasarnya. Begitu juga dengan kualitas pelayanan yang diberikan hendaknya sesuai dengan keinginan pelanggan.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan dimensi kualitas pelayanan memiliki kinerja yang baik. Hasil analisis terhadap tingkat kinerja kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati menunjukkan bahwa kinerja kualitas pelayanan sudah termasuk dalam kriteria yang baik. Pada nilai kinerja pelayanan dimensi bukti fisik didapatkan nilai 3,92 dan masuk dalam kategori tinggi. Pada nilai kinerja pelayanan dimensi kehandalan didapatkan nilai 3,88 dan masuk dalam kategori tinggi. Pada nilai kinerja pelayanan dimensi daya tanggap didapatkan nilai 3,82 dan masuk dalam kategori tinggi. Pada nilai kinerja pelayanan dimensi jaminan didapatkan nilai 3,69 dan masuk dalam kategori tinggi. Pada nilai kinerja pelayanan dimensi empati didapatkan nilai 3,69 dan masuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dari hasil analisis rata-rata diatas menunjukkan bahwa kinerja di HBP Fitness Yogyakarta adalah baik dengan hasil rata-rata sebesar 3,8.

Hasil ini memberikan implikasi bagi HBP Fitness Yogyakarta agar memprioritaskan peningkatan kualitas pelayanan terutama pada dimensi jaminan (assurance) dan empati (empathy) karena terbukti sebagai dimensi yang paling besar menimbulkan ketikdakpuasan. Langkah yang dilakukan kedepan adalah instruktur lebih memberikan pengetahuan mengenai gerakan fitness yang benar, pemahan, dan perhatian lebih pada pengguna jasa fitness agar tidak terjadi cidera dsb. Selain itu kualitas pelayanan pada dimensi bukti fisik (tangible) harus di pertahankan karena pada segi interior tempat dan alat-alat fitness telah dirasa cukup memadai dan patut dipertahankan oleh HBP Fitness Yogyakarta, mengingat kualitas tempat dan alat-alat fitness merupakan salah satu faktor yang penting dan diperhatikan pelanggan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis deskriptif diketahui bahwa pelanggan memberikan penilaian yang baik pada kualitas pelayanan yaitu dengan skor rata – rata sebesar 3,80 (baik).
2. Skala kinerja pelayanan dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati masuk dalam kategori tinggi.
3. Dimensi jaminan (assurance) dan empati (empathy) menjadi kategori dengan prioritas utama untuk ditingkatkan karena terbukti sebagai dimensi yang dianggap kurang memuaskan pelanggan. Indikator pada jaminan yaitu membahas mengenai perasaan aman, percaya saat melakukan kegiatan fitness dan pada dimensi empati dengan indikator yaitu pelanggan diperlakukan secara ramah dan sopan.
4. Dimensi bukti fisik (tangible), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness) menjadi kategori yang telah baik pelaksanaannya dan harus dipertahankan karena terbukti sebagai dimensi yang dianggap memuaskan pelanggan dengan baik. Indikator pada bukti fisik yaitu membahas mengenai memiliki peralatan dan fasilitas yang sesuai dengan jasa yang ditawarkan, pada dimensi kehandalan dengan indikator yaitu menyampaikan jasa secara benar kepada pelanggan dan pada dimensi daya

tanggap dengan indikator yaitu kemampuan memberikan respon dengan cepat dan selalu bersedia membantu pelanggan.

5.2. Saran

Berdasar kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi manajemen HBP Fitness Yogyakarta berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan.

Ditemukannnya dimensi bukti fisik merupakan dimensi yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan HBP Fitness Yogyakarta. Untuk itu peningkatan dimensi bukti fisik sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Item yang dinilai paling rendah adalah instruktur HBP Fitness Yogyakarta selalu bersedia untuk membantu pelanggan, sehingga perlu adanya penanaman yang kuat dalam diri setiap instruktur agar mampu memberikan bantuan baik teknis maupun bantuan informasi mengenai gerakan-gerakan fitnes yang benar, sehingga pelanggan yang merasa kesulitan dalam melakukan kegiatan fitness ini akan mendapatkan solusi yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

Anoraga, Pandji. (2009), Manajemen Bisnis. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Cronin, J, J and Taylor, S, A. 1992. Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. Journal of Marketing, Vol. 56 (July 1992).

Ghozali, Imam. (2005), Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Heizer, Jay dan Render Barry. (2009), Operations Management. Edisi 9 Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

Kazmier, Leonard, J. (2005), Sachaum's Easy Outlines. New York: Mc Graw Hill.

Kotler, P. (2005), Manajemen Pemasaran di Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.

Muluk, Khairul. (2008), Knowledge Management. Malang: Bayumedia Publishing.

Nurul Aini. (2013). *"Analisis Tingkat Kepuasan Penumpang Terhadap Kualitas Layanan Jasa Kereta Api Eksekutif Argo Lawu".* Skripsi dipublikasikan. Jurnal Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Purnama, N. (2006), Manajemen Kualitas Perspektif Global. Edisi 1. Yogyakarta: Ekonisia.

Sugiyono. (2009), Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.

Sujarwo dan Afsah Novita Sari. (2011). *"Analisis Kualitas Jasa Layanan Universitas Pesantren Tinggi Darul 'Ulum Dengan Metode Servperf Dalam Kesiapan Menghadapi Persaingan"*. Skripsi dipublikasikan. Jurnal Mahasiswa Universitas Pesantren Tinggi Darul 'Ulum Jombang.

Suparman. (2008), Mungkinkah Model "Servqual" di Terapkan di Pelayanan Kesehatan. Dalam Warta Widyaiswara, Edisi Desember 2008.

Supiani dan Irfan Ardiansyah. (2013). *"Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Barang Dan Dokumen Dengan Metode SERVPERF Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Pelayanan (Studi Kasus Pada Agen Utama JNE Margonda Raya, Depok)".* Skripsi dipublikasikan. Jurnal Mahasiswa Universitas Gunadarma.

Tjiptono, F. dan A. Diana. (2001), Total Quality Management. Edisi Revisi.Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2005), Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publising.

Tjiptono, F. dan Chandra, G. (2007), Service Quality Satisfaction. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2012), Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: Andi Offset.

Wijaya, Tony. (2011), Manajemen Kualitas Jasa. Jiid 1. Jakarta: Indeks.

Yamit, Zulian. (2005), Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Edisi Pertama, Cetakan Keempat, Penerbit Ekonisia, Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.

LAMPIRAN

KUESIONER

Kepada Yth,
Konsumen HBP Fitnes Yogyakarta

Di tempat.

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Dalam rangka penulisan skripsi tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Indonesia, saya melakukan penelitian dengan judul "**Pengukuran Kualitas Pelayanan di HBP Fitness Yogyakarta Berdasar Model Servperf"**

Berkaitan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini adalah salah satu sarana untuk memperoleh data yang diperlukan penulisan Skripsi. Jawaban yang Bapak/Ibu/Sdr/i mempunyai keleluasaan untuk menjawab yang paling sesuai dengan pendapat dan keadaan Bapak/Ibu/Sdr/i. Semua informasi yang anda berikan dijamin kerahasiaannya. Atas kesediaannya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Zalvin Yodana

Bagian I (Data Responden)

Petunjuk pengisian : Berikan jawaban atas pertanyaan berikut dengan mengisi titik – titik atau dengan memberi tanda check (√) didepan jawaban yang sesuai.

1. Nama Responden : …….(boleh tidak diisi).

2. Jenis kelamin Anda:
   ○ Laki-laki ○ Perempuan

3. Usia Anda:
   ○< 20 tahun ○ Antara 20 – 35 tahun
   ○ Antara 36 – 50 tahun ○>50 tahun

4. Pendidikan Anda:
   ○ SD ○ SMP
   ○ SMU ○ Perguruan Tinggi
   ○ Lainnya ……

5. Pekerjaan Anda:
   ○Pelajar ○Pengusaha/Wiraswasta
   ○Mahasiswa ○Pegawai Negeri
   ○Pegawai Swasta /BUMN ○Pensiunan

6. Pendapatan / Uang saku Anda per bulan:
   ○ Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 ○ Rp. 1.000.001 – Rp. 1.500.000
   ○ Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000 ○ Rp. 2.000.001 – Rp. 2.500.000
   ○ Rp. 2.500.001 – Rp. 3.000.000 ○> Rp. 3.000.000

Bagian II (Pertanyaan Mengenai Variabel)

Pilihlah jawaban dengan memberi tanda check (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Saudara/i dengan ketentuan sebagai berikut:

Jawaban Sangat Setuju (SS)
Jawaban Setuju (S)
Jawaban Netral (N)
Jawaban Tidak Setuju (TS)
Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

a. Tangible (Bukti Fisik)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	HBP Fitness Yogyakarta menggunakan peralatan (Fasilitas) yang modern					
2.	Fasilitas yang ada di HBP Fitness Yogyakarta menarik secara visual					
3.	InstrukturHBP Fitness Yogyakarta berpakaian rapi dan berpenampilan secara professional					
4.	Desain interior maupun eksterior di HBP Fitness Yogyakarta menarik					

b. Reliability (Kehandalan)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	HBP Fitness Yogyakarta memberikan jasa sesuai yang dijanjikan kepada pelanggan					
2.	Penanganan terhadap masalah jasa pelanggan dapat diandalkan					
3.	InstrukturHBP Fitness Yogyakarta memberikan jasa dengan tepat waktu					
4.	InstrukturHBP Fitness Yogyakarta melayani sesuai waktu yang telah dijanjikan					

c. Responsiveness (Daya Tanggap)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	InstrukturHBP Fitness Yogyakarta selalu memberikan informasi pada pelanggan saat akan memberikan jasa					
2.	InstrukturHBP Fitness Yogyakarta memberikan jasa yang cepat kepada pelanggan					

3.	InstrukturHBP Fitness Yogyakarta selalu bersedia untuk membantu pelanggan					
4.	InstrukturHBP Fitness Yogyakarta siap dan selalu siaga untuk merespon permintaan pelanggan					

d. Assurance (Jaminan)

NO	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	InstrukturHBP Fitness Yogyakarta memberikan dan menanamkan kepercayaan kepada pelanggan					
2.	Instruktur membuat pelanggan merasa nyaman menggunakan jasa HPB Fitness Yogyakarta					
3.	InstrukturHBP Fitness Yogyakarta melayani dengan ramah dan sopan					
4.	InstrukturHBP Fitness Yogyakarta memiliki kemampuan pengetahuan dalam menjawab pertanyaan pelanggan					

e. Empathy (Empati)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	InstrukturHBP Fitness Yogyakarta memberikan perhatian khusus (individu) kepada pelanggan					
2.	InstrukturHBP Fitness Yogyakarta ikhlas dalam memberikan perhatian kepada pelanggan					
3.	InstrukturHBP Fitness Yogyakarta memahami atas kebutuhan pelanggannya					

HASIL REKAPITULASI DATA

	Tangible					Reliability				
No	TA1	TA2	TA3	TA4	X1	RE1	RE2	RE3	RE4	X2
1	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3.00
2	4	3	4	3	3.50	5	4	4	4	4.25
3	3	4	4	4	3.75	4	4	4	4	4.00
4	4	4	4	5	4.25	4	4	4	4	4.00
5	4	3	4	3	3.50	4	4	4	4	4.00
6	4	3	4	3	3.50	4	4	4	4	4.00
7	3	3	4	3	3.25	4	4	4	4	4.00
8	5	4	4	3	4.00	5	4	4	4	4.25
9	5	4	4	3	4.00	4	4	4	4	4.00
10	3	4	4	4	3.75	3	4	4	4	3.75
11	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3.00
12	4	4	5	3	4.00	4	4	4	4	4.00
13	5	4	4	4	4.25	5	5	4	5	4.75
14	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
15	4	3	4	3	3.50	4	4	4	4	4.00
16	3	4	5	3	3.75	3	4	4	4	3.75
17	4	3	3	3	3.25	3	3	3	3	3.00
18	4	4	4	3	3.75	5	5	4	5	4.75
19	5	5	5	5	5.00	3	3	3	3	3.00
20	5	4	5	3	4.25	4	4	4	4	4.00
21	5	4	4	3	4.00	4	4	4	4	4.00
22	5	4	5	3	4.25	4	4	4	4	4.00
23	5	4	5	3	4.25	4	5	5	5	4.75
24	4	3	4	3	3.50	4	4	4	4	4.00
25	4	3	4	3	3.50	4	4	4	4	4.00
26	4	3	4	4	3.75	4	4	4	4	4.00
27	4	3	4	4	3.75	3	4	4	4	3.75
28	4	3	4	3	3.50	4	4	4	4	4.00
29	3	3	3	4	3.25	4	4	4	4	4.00
30	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3.00
31	4	5	5	3	4.25	3	4	4	4	3.75
32	3	3	4	3	3.25	4	4	4	4	4.00
33	4	5	4	3	4.00	4	4	4	4	4.00
34	4	4	4	4	4.00	3	4	4	4	3.75
35	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3.00
36	4	4	5	5	4.50	4	4	4	4	4.00
37	5	4	4	5	4.50	4	4	4	4	4.00
38	4	4	5	3	4.00	3	3	3	3	3.00
39	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
40	5	4	4	3	4.00	5	5	5	5	5.00

41	4	5	4	4	4.25	4	4	4	4	4.00
42	3	4	4	4	3.75	3	3	3	3	3.00
43	4	4	4	4	4.00	5	4	5	4	4.50
44	4	3	4	3	3.50	5	4	4	4	4.25
45	3	4	4	4	3.75	4	4	4	4	4.00
46	4	4	4	5	4.25	4	4	4	4	4.00
47	3	4	4	3	3.50	4	4	4	4	4.00
48	3	3	4	5	3.75	3	4	3	3	3.25
49	4	4	4	5	4.25	4	3	4	4	3.75
50	4	4	4	4	4.00	4	4	3	4	3.75
51	5	4	4	4	4.25	5	5	5	5	5.00
52	5	3	3	4	3.75	4	4	4	4	4.00
53	4	5	5	4	4.50	4	4	4	4	4.00
54	4	5	5	4	4.50	5	5	5	5	5.00
55	4	5	4	4	4.25	4	4	4	4	4.00
56	4	4	3	4	3.75	4	4	3	4	3.75
57	4	4	5	5	4.50	3	4	4	4	3.75
58	3	4	3	4	3.50	3	4	3	3	3.25
59	4	4	4	5	4.25	4	4	4	4	4.00
60	4	3	3	4	3.50	3	3	3	3	3.00
61	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
62	3	3	3	3	3.00	3	4	4	4	3.75
63	4	4	4	4	4.00	3	4	3	3	3.25
64	4	4	4	4	4.00	4	4	3	4	3.75
65	3	4	4	5	4.00	4	4	4	4	4.00
66	5	5	5	4	4.75	5	5	4	5	4.75
67	3	4	3	4	3.50	4	4	4	4	4.00
68	3	3	3	3	3.00	4	4	4	4	4.00
69	4	4	4	4	4.00	4	4	3	4	3.75
70	4	3	4	4	3.75	4	3	4	4	3.75
71	4	4	5	5	4.50	4	4	4	4	4.00
72	3	3	3	4	3.25	4	3	4	4	3.75
73	4	4	4	5	4.25	3	4	4	4	3.75
74	4	4	3	5	4.00	4	4	4	4	4.00
75	3	3	3	3	3.00	4	4	4	4	4.00
76	4	3	3	4	3.50	4	3	3	3	3.25
77	4	4	4	5	4.25	4	4	4	4	4.00
78	3	4	4	5	4.00	4	4	3	4	3.75
79	3	4	4	4	3.75	3	3	3	3	3.00
80	5	4	4	4	4.25	4	4	3	4	3.75
81	4	5	5	4	4.50	4	4	4	4	4.00
82	4	4	4	4	4.00	5	4	3	4	4.00
83	4	4	4	4	4.00	5	5	5	5	5.00

84	3	3	3	5	3.50	4	3	4	4	3.75
85	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
86	3	4	3	5	3.75	4	4	4	4	4.00
87	3	3	3	5	3.50	4	4	4	4	4.00
88	4	4	3	5	4.00	4	3	3	3	3.25
89	4	4	4	5	4.25	3	3	4	3	3.25
90	4	4	3	5	4.00	4	4	5	4	4.25
91	4	4	4	4	4.00	3	3	4	3	3.25
92	5	5	5	5	5.00	4	4	4	4	4.00
93	4	5	4	5	4.50	4	4	4	4	4.00
94	4	5	4	3	4.00	4	4	4	4	4.00
95	3	4	4	4	3.75	3	4	4	4	3.75
96	5	5	4	4	4.50	3	3	3	3	3.00
97	4	4	3	5	4.00	4	4	4	4	4.00
98	3	3	3	3	3.00	4	3	3	4	3.50
99	4	4	4	4	4.00	4	4	3	4	3.75
100	5	4	4	4	4.25	5	5	5	5	5.00
Rata2	3.92	3.86	3.95	3.93	3.92	3.88	3.89	3.83	3.91	3.88

No	Responsiveness					Assurance				
	RES1	RES2	RES3	RES4	X3	AS1	AS2	AS3	AS4	X4
1	5	4	4	4	4.25	3	4	3	3	3.25
2	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
3	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
5	5	4	4	4	4.25	4	4	5	4	4.25
6	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
7	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3.00
8	2	3	3	3	2.75	4	4	3	4	3.75
9	5	3	3	4	3.75	5	5	5	5	5.00
10	4	4	3	4	3.75	3	4	3	3	3.25
11	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3.00
12	4	4	4	4	4.00	4	3	3	3	3.25
13	5	4	4	4	4.25	4	4	4	4	4.00
14	5	5	4	5	4.75	4	4	3	4	3.75
15	5	4	4	4	4.25	4	4	4	4	4.00
16	5	5	4	5	4.75	4	4	4	5	4.25
17	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3.00
18	4	5	4	4	4.25	4	4	4	4	4.00
19	4	4	4	4	4.00	5	5	5	5	5.00
20	3	3	3	3	3.00	4	5	4	4	4.25
21	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00

22	5	5	4	5	4.75	4	5	4	4	4.25
23	3	3	3	3	3.00	4	5	5	5	4.75
24	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
25	4	4	4	4	4.00	4	4	5	4	4.25
26	4	4	4	4	4.00	4	4	5	4	4.25
27	4	3	3	3	3.25	2	3	3	2	2.50
28	4	4	4	4	4.00	4	4	3	3	3.50
29	3	3	3	3	3.00	3	3	3	4	3.25
30	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3.00
31	4	3	5	4	4.00	3	3	3	3	3.00
32	3	3	4	3	3.25	4	3	3	3	3.25
33	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
34	4	3	4	4	3.75	3	4	4	4	3.75
35	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3.00
36	5	5	5	5	5.00	4	5	5	4	4.50
37	4	4	4	4	4.00	3	4	4	4	3.75
38	4	4	4	4	4.00	4	5	4	4	4.25
39	4	4	4	4	4.00	4	5	5	4	4.50
40	4	4	3	4	3.75	5	5	5	5	5.00
41	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
42	3	4	4	4	3.75	3	4	5	5	4.25
43	5	4	4	4	4.25	3	4	3	3	3.25
44	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
45	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
46	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
47	3	4	4	4	3.75	3	4	4	5	4.00
48	4	3	3	3	3.25	3	3	3	3	3.00
49	4	4	4	4	4.00	3	4	3	3	3.25
50	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3.00
51	4	3	3	3	3.25	4	4	4	4	4.00
52	4	4	4	4	4.00	3	4	3	4	3.50
53	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
54	5	4	5	5	4.75	4	4	4	4	4.00
55	4	4	4	4	4.00	3	4	4	3	3.50
56	4	4	4	4	4.00	3	4	4	4	3.75
57	3	4	3	3	3.25	3	3	3	4	3.25
58	5	5	4	5	4.75	4	5	5	4	4.50
59	4	4	4	4	4.00	3	4	4	4	3.75
60	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3.00
61	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
62	4	3	3	3	3.25	4	4	4	3	3.75
63	3	3	4	3	3.25	3	4	4	3	3.50
64	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00

65	3	4	4	4	3.75	3	4	3	5	3.75
66	4	5	5	5	4.75	4	3	3	3	3.25
67	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
68	3	4	4	4	3.75	4	3	3	3	3.25
69	5	5	5	5	5.00	4	4	4	4	4.00
70	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3.00
71	3	4	4	4	3.75	5	5	5	5	5.00
72	3	3	4	3	3.25	3	3	3	3	3.00
73	4	4	5	4	4.25	3	3	3	3	3.00
74	4	4	3	4	3.75	3	3	3	3	3.00
75	4	4	3	4	3.75	3	4	4	3	3.50
76	4	3	3	3	3.25	3	4	3	3	3.25
77	3	3	3	3	3.00	3	3	4	3	3.25
78	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3.00
79	3	3	3	3	3.00	3	4	3	3	3.25
80	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3.00
81	4	3	4	4	3.75	3	4	4	3	3.50
82	3	3	3	3	3.00	4	4	4	5	4.25
83	4	4	3	4	3.75	4	4	4	5	4.25
84	3	3	4	3	3.25	3	3	3	3	3.00
85	4	4	5	4	4.25	3	4	4	3	3.50
86	4	4	3	4	3.75	3	3	4	4	3.50
87	4	4	5	4	4.25	4	5	5	4	4.50
88	3	3	3	3	3.00	3	4	3	3	3.25
89	3	4	4	4	3.75	3	3	3	3	3.00
90	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
91	4	4	4	4	4.00	4	4	5	4	4.25
92	4	3	3	3	3.25	3	3	3	4	3.25
93	4	4	4	4	4.00	3	4	3	3	3.25
94	4	4	4	4	4.00	3	4	4	4	3.75
95	4	3	3	3	3.25	3	3	3	4	3.25
96	5	4	4	4	4.25	3	3	3	3	3.00
97	4	4	3	4	3.75	3	3	3	3	3.00
98	4	4	3	4	3.75	3	4	4	3	3.50
99	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3.00
100	4	4	5	4	4.25	4	4	4	4	4.00
Rata2	3.88	3.79	3.78	3.82	3.82	3.53	3.81	3.72	3.68	3.69

No	Empathy			
	EM1	EM2	EM3	X5
1	3	3	3	3.00
2	4	4	4	4.00

3	4	4	3	3.67
4	4	5	5	4.67
5	4	4	4	4.00
6	3	3	3	3.00
7	3	4	3	3.33
8	4	5	5	4.67
9	4	4	4	4.00
10	4	4	4	4.00
11	3	3	3	3.00
12	3	3	3	3.00
13	5	5	5	5.00
14	4	4	4	4.00
15	5	5	4	4.67
16	5	4	4	4.33
17	3	3	3	3.00
18	5	4	4	4.33
19	4	4	4	4.00
20	4	4	4	4.00
21	4	4	4	4.00
22	4	3	3	3.33
23	4	5	5	4.67
24	4	4	3	3.67
25	4	4	4	4.00
26	4	5	4	4.33
27	3	3	3	3.00
28	4	4	3	3.67
29	3	3	3	3.00
30	4	4	4	4.00
31	4	4	4	4.00
32	3	4	4	3.67
33	4	3	4	3.67
34	5	4	4	4.33
35	3	3	3	3.00
36	4	4	5	4.33
37	4	4	4	4.00
38	3	4	4	3.67
39	3	3	3	3.00
40	4	5	4	4.33
41	4	4	4	4.00
42	3	4	4	3.67
43	4	4	3	3.67
44	4	4	4	4.00
45	4	4	3	3.67

46	4	5	5	4.67
47	4	4	4	4.00
48	4	4	4	4.00
49	3	3	3	3.00
50	4	3	3	3.33
51	5	4	4	4.33
52	4	4	3	3.67
53	4	5	4	4.33
54	5	5	5	5.00
55	4	3	4	3.67
56	4	4	4	4.00
57	3	4	4	3.67
58	3	3	3	3.00
59	3	3	3	3.00
60	3	3	3	3.00
61	3	3	3	3.00
62	4	3	3	3.33
63	3	3	3	3.00
64	4	4	3	3.67
65	5	4	3	4.00
66	5	4	3	4.00
67	3	4	4	3.67
68	3	3	3	3.00
69	4	3	3	3.33
70	4	4	3	3.67
71	3	4	4	3.67
72	3	3	3	3.00
73	4	4	4	4.00
74	3	3	3	3.00
75	3	3	3	3.00
76	3	3	3	3.00
77	3	3	4	3.33
78	3	3	4	3.33
79	3	3	3	3.00
80	3	3	3	3.00
81	4	4	4	4.00
82	3	3	4	3.33
83	3	4	4	3.67
84	4	4	5	4.33
85	4	4	5	4.33
86	3	3	3	3.00
87	3	3	4	3.33
88	3	3	3	3.00

89	4	4	4	4.00
90	3	3	3	3.00
91	4	4	5	4.33
92	4	4	4	4.00
93	4	4	4	4.00
94	4	4	4	4.00
95	4	3	4	3.67
96	3	3	3	3.00
97	3	3	3	3.00
98	3	3	3	3.00
99	4	3	3	3.33
100	5	4	4	4.33
Rata2	3.70	3.70	3.66	3.69

Frequency Table

jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - laki	56	56.0	56.0	56.0
	Perempuan	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	19	19.0	19.0	19.0
	20 - 35 tahun	55	55.0	55.0	74.0
	36 - 50 tahun	18	18.0	18.0	92.0
	> 50 tahun	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	8	8.0	8.0	8.0
	SMU	26	26.0	26.0	34.0
	Perguruan Tinggi	43	43.0	43.0	77.0
	Lainnya	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	11	11.0	11.0	11.0
	Mahasiswa	22	22.0	22.0	33.0
	Pegawai swasta/BUMN	12	12.0	12.0	45.0
	Pengusaha/Wiraswasta	34	34.0	34.0	79.0
	PNS	17	17.0	17.0	96.0
	Pensiunan	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp.500.000 - Rp.1.000.000	9	9.0	9.0	9.0
	Rp.1.000.0001 - Rp.1.500.000	14	14.0	14.0	23.0
	Rp.1.500.001 - Rp.2000.000	10	10.0	10.0	33.0
	Rp.2.000.001 - Rp.2.500.000	11	11.0	11.0	44.0
	Rp.2.500.001 - Rp. 3000.000	17	17.0	17.0	61.0
	> Rp.3.000.000	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Correlations

Correlations

		TA1	TA2	TA3	TA4	TotX1
TA1	Pearson Correlation	1	.350**	.400**	-.033	.641**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.746	.000
	N	100	100	100	100	100
TA2	Pearson Correlation	.350**	1	.516**	.264**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.008	.000
	N	100	100	100	100	100
TA3	Pearson Correlation	.400**	.516**	1	-.075	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.459	.000
	N	100	100	100	100	100
TA4	Pearson Correlation	-.033	.264**	-.075	1	.497**
	Sig. (2-tailed)	.746	.008	.459		.000
	N	100	100	100	100	100
TotX1	Pearson Correlation	.641**	.803**	.670**	.497**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	4

Correlations

Correlations

		RE1	RE2	RE3	RE4	TotX2
RE1	Pearson Correlation	1	.617**	.511**	.741**	.834**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
RE2	Pearson Correlation	.617**	1	.627**	.853**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
RE3	Pearson Correlation	.511**	.627**	1	.729**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
RE4	Pearson Correlation	.741**	.853**	.729**	1	.950**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TotX2	Pearson Correlation	.834**	.882**	.819**	.950**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	4

Correlations

Correlations

		RES1	RES2	RES3	RES4	TotX3
RES1	Pearson Correlation	1	.591**	.407**	.703**	.801**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
RES2	Pearson Correlation	.591**	1	.573**	.891**	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
RES3	Pearson Correlation	.407**	.573**	1	.670**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
RES4	Pearson Correlation	.703**	.891**	.670**	1	.952**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TotX3	Pearson Correlation	.801**	.889**	.774**	.952**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	4

Correlations

Correlations

		AS1	AS2	AS3	AS4	TotX4
AS1	Pearson Correlation	1	.622**	.630**	.624**	.827**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
AS2	Pearson Correlation	.622**	1	.750**	.611**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
AS3	Pearson Correlation	.630**	.750**	1	.661**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
AS4	Pearson Correlation	.624**	.611**	.661**	1	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TotX4	Pearson Correlation	.827**	.867**	.892**	.848**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	4

Correlations

Correlations

		EM1	EM2	EM3	TotX5
EM1	Pearson Correlation	1	.634**	.451**	.813**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
EM2	Pearson Correlation	.634**	1	.690**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
EM3	Pearson Correlation	.451**	.690**	1	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
TotX5	Pearson Correlation	.813**	.908**	.839**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	3