

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN DI PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS MEDAN AREA DENGAN MENGGUNAKAN
METODE *FUZZY SERVQUAL***

SKRIPSI

Oleh :

AFLAHA ZUHRI

16 815 0070



PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2021

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 21/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)21/12/21

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN DI PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MEDAN AREA DENGAN MENGGUNAKAN
METODE FUZZY SERVQUAL**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Teknik
Universitas Medan Area

Oleh:

AFLAHA ZUHRI

168150070

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2021

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 21/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)21/12/21

Judul skripsi : Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan di Program Pasca Sarjana Universitas Medan Area Dengan Menggunakan Metode *Fuzzy Servqual*

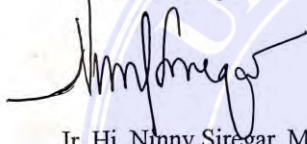
Nama : Aflaha Zuhri

NPM : 168150070

Fakultas : Teknik

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing

Pembimbing I



Ir. Hj. Ninny Siregar, M.Si
NIDN : 012704621

Pembimbing II



Chalis Fajri Hsb, ST, M.Sc
NIDN : 0110068801

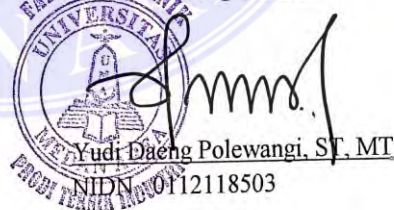
Mengetahui :

Dekan Fakultas Teknik



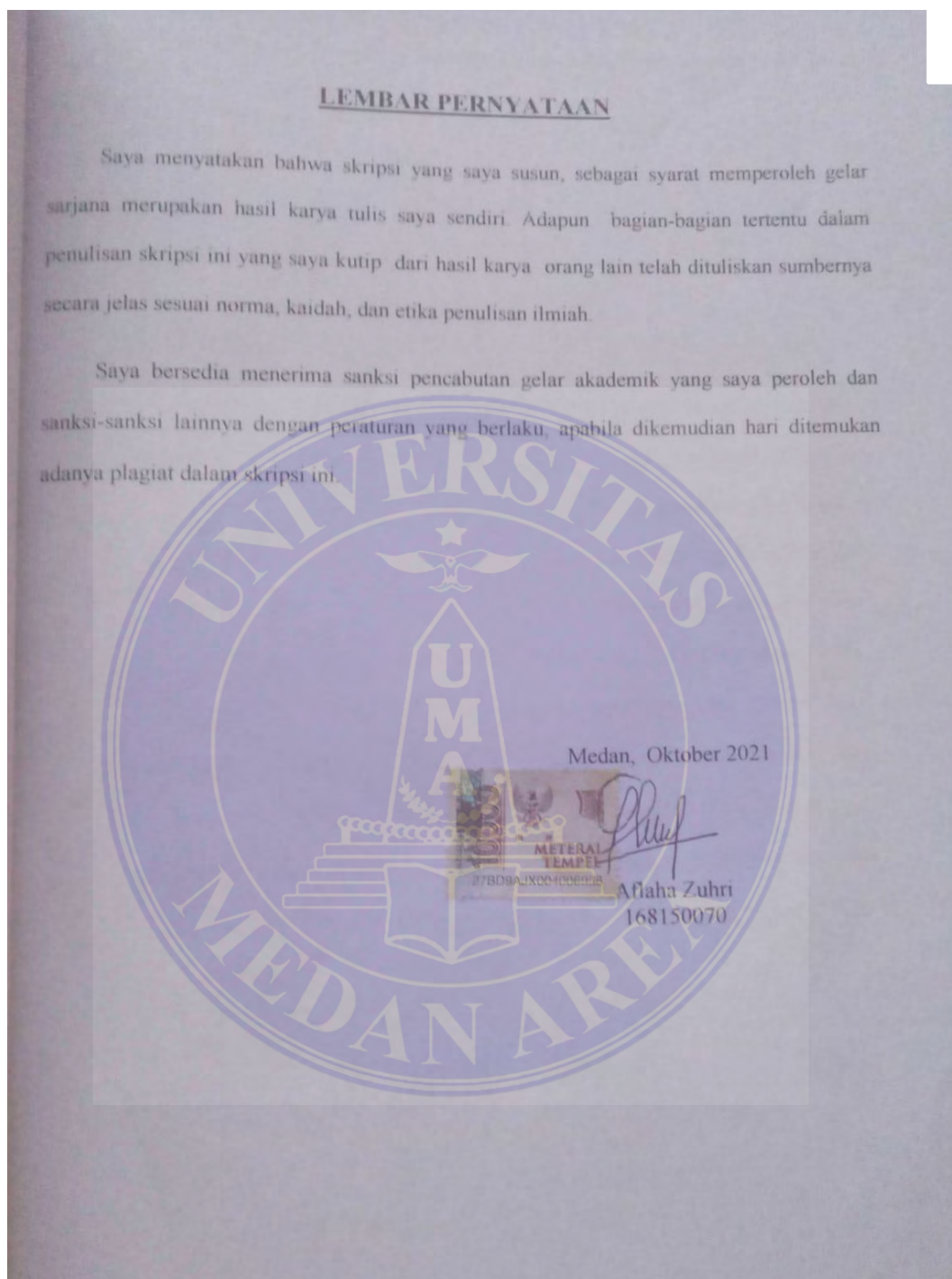
Dr. Ir. Dina Maizana, MT
NIDN : 0112096601

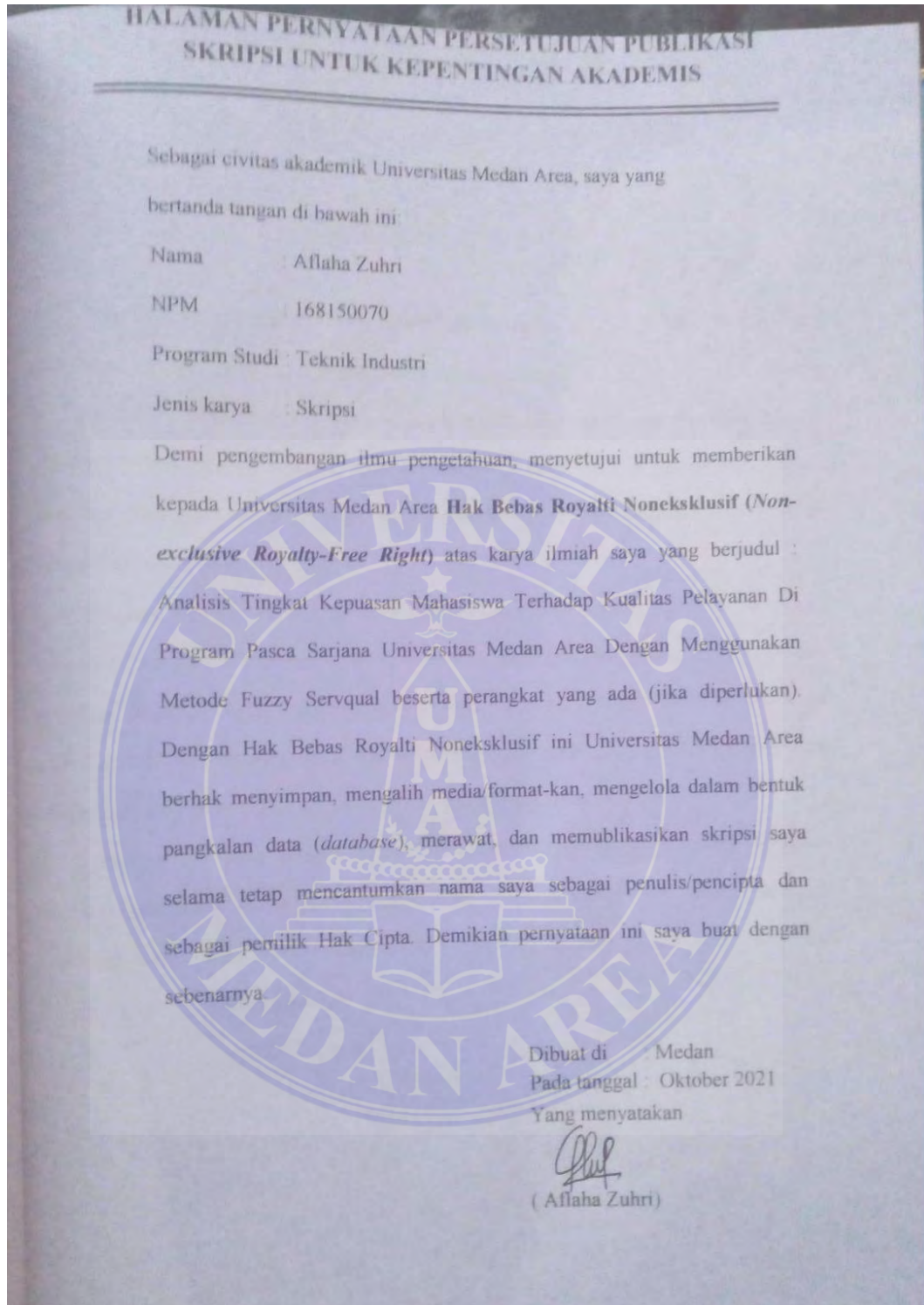
Ketua Program Studi



Yudi Daeng Polewangi, ST, MT
NIDN : 0112118503

Tanggal Lulus : 02 Oktober 2021





RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Aflaha Zuhri, lahir di Lubuk Pakam, tanggal 20 Mei 1997. Penulis merupakan anak ketiga dari lima bersaudara dengan ayah bernama Alm. H. M. Sofyan Hosen dan ibu bernama Asmuharni. Riwayat pendidikan penulis bertahap dimulai dari SDN 105855 PTPN II, SMPN 1 Tanjung Morawa, SMKN 3 Medan. Pada tahun 2016 penulis melanjutkan studi kejenjang perkuliahan S1 pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik di Universitas Medan Area.

Selama perkuliahan, penulis aktif pada beberapa organisasi kemahasiswaan seperti menjadi badan pengurus harian di IMTI FT UMA periode kepengurusan 2017/2018, dan mengikuti beberapa kegiatan perlombaan. Dan pada tahun 2019 penulis melaksanakan kerja praktek di PTPN IV Gunung Bayu. Dan selanjutnya pada tahun 2021 penulis melaksanakan riset tentang Kepuasan Pelanggan di Pasca Sarjana Universitas Medan Area.

Banyak hal yang didapat penulis dalam proses pembelajaran selama berkuliah di kampus bestari ini, semua hal yang saya dapat dan akan saya pegang sebagai pelajaran kehidupan. Pada tahun terakhir sebagai mahasiswa penulis juga menjalankan pembuatan tugas akhir sebagai syarat kelulusan.

RINGKASAN

Aflaha Zuhri NPM 168150070. Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan Di Program Pascasarjana Universitas Medan Area Dengan Menggunakan Metode *Fuzzy Servqual*. Dibawah bimbingan Ir. Hj. Ninny Siregar, M.si dan Chalis Fajri Hasibuan, ST, M.Sc.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa dari konsumen yang memberikan hasil perbandingan dari persepsi kinerja produk dan harapannya. Kepuasan mahasiswa ditentukan oleh kualitas yang dikehendaki mahasiswa, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perguruan tinggi, berdasarkan angket kuesioner Pascasarjana Universitas Medan Area pada tahun 2020 menyatakan adanya ketidakpuasan mahasiswa terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak kampus. Oleh karena itu diperlukan pengukuran analisis kepuasan mahasiswa yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa di Pascasarjana UMA. Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode *fuzzy* yang digunakan untuk menyelesaikan masalah dimana deskripsi aktivitas, penelitian dan penilaian bersifat subyektif, tidak pasti dan tidak tepat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan *servqual* yang dikombinasikan dengan teori *fuzzy* agar pengukuran persepsi dan harapan dari pelanggan dapat diukur dengan tepat. Berdasarkan nilai kualitas layanan *gap service quality* per dimensi yang terendah yaitu *Assurance* dengan hasil -4.01, *gap* per atribut yang perlu diprioritaskan oleh pihak Pascasarjana untuk dilakukan perbaikan adalah perpustakaan yang lengkap yang memperoleh *gap* terendah yaitu -6.26. Sedangkan *gap* tertinggi adalah ketersediaan perlengkapan alat pendukung pembelajaran dengan nilai 1.74. Dimensi yang perlu diprioritaskan oleh pihak Pascasarjana adalah dimensi *assurance* dengan *gap* terendah yaitu -4.01, sedangkan *gap* tertinggi adalah *tangibles* dengan nilai -1.35.

Kata kunci : *kepuasan pelanggan* , *fuzzy*, *service quality*, *gap*

ABSTRACT

Aflaha Zuhri. 168150070. "The Analysis of Students Satisfaction Levels on Service Quality at the University of Medan Area Postgraduate Program by Using the Fuzzy Servqual Method". Supervised by Ir. Hj. Ninny Siregar M.Si. and Chalis Fajri Hasibuan, S.T., M.Sc

Customer satisfaction is a feeling of pleasure or disappointment from consumers that provides comparison results from the perception of product performance and expectations. Student satisfaction is determined by the quality desired by students so that quality assurance is a top priority for each university, based on the University of Medan Area Postgraduate questionnaire in 2020 stating that students were dissatisfied with the services provided by the campus parties. Therefore, it was necessary to measure student satisfaction analysis which aimed to determine the level of student satisfaction at UMA Postgraduate. This research was research with the fuzzy method that was used to solve problems where the description of activities, research, and assessment was subjective, uncertain, and inaccurate. The method used was the servqual approach combined with fuzzy theory so that the measurement of customer perceptions and expectations could be measured accurately. Based on the value of service quality, the lowest gap service quality per dimension was Assurance with a result of -4.01, the gap per attribute that needed to be prioritized by the Postgraduate party for improvement was a complete library which had the lowest gap of -6.26, while the highest gap was the availability of learning support equipment with a value of 1.74. The dimensions that needed to be prioritized by the Postgraduate party were the assurance dimension with the lowest gap of -4.01, while the highest gap was tangibles with a value of -1.35.

Keywords: *Customer Satisfaction, Fuzzy, Service Quality, Gap*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karuniaNya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Adapaun judul penelitian ini ialah **Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan Di Program Pascasarjana Universitas Medan Area Dengan Menggunakan Metode *Fuzzy Servqual***

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis dapat menyelesaikannya karena adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam meluangkan waktu dan pikiran. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng. MSc., selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Ibu Prof. Dr. Ir. Hj. Retna Astuti k., M.S., selaku Direktur Pascasarjana Universitas Medan Area.
3. Ibu Dr. Ir. Dina Maizana MT., Selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Medan Area.
4. Ibu Ir. Hj. Ninny Siregar, M.Si Selaku Pembimbing I.
5. Bapak Chalis Fajri Hasibuan, ST, M.Sc., Selaku Pembimbing II.
6. Bapak Yudi Daeng Polewangi, ST, MT., Selaku Ketua Program Studi Teknik Industri

7. Seluruh dosen program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik, Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu pengetahuannya ketika mengajar mata kuliah dengan ikhlas kepada penulis.
8. Seluruh staf dosen pengajar dan karyawan/wati di Fakultas Teknik Universitas Medan Area.
9. Seluruh staf karyawan/wati di Pascasarjana Universitas Medan Area
10. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta saya Alm. Drs. H. Sofyan Hosen dan Asmuharni serta abang-adik saya yang selalu memberikan dukungan, doa, nasehat dan materi yang sangat membantu dalam menyelesaikan skripsi.
11. Rekan-rekan mahasiswa yang selalu memberikan semangat kepada penulis terutama Reza Rinaldi dan Muhammad Habibullah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta seluruh teman yang membantu yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Semoga apa yang telah disajikan dalam skripsi ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk rekan-rekan dan pembaca sekalian. Penulis berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa dapat membalas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan pada penulis.

Penulis

(Aflaha Zuhri)

DAFTAR ISI

	HALAMAN
RINGKASAN	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
II LANDASAN TEORI	5
2.1 Kualitas Pelayanan	5
2.2 Kepuasan Pelanggan	8
2.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	10
2.3 Persepsi	11
2.4 Harapan (Ekspektasi)	11
2.5 Teori <i>Fuzzy</i>	12
2.5.1 Fungsi Keanggotaan	15
2.6 <i>Servqual (Service Quality)</i>	16
2.7 <i>Fuzzy Servqual (Service Quality)</i>	17
2.7.1 Nilai <i>Servqual (GAP)</i>	18

2.8 Pengujian Instrumen Validitas dan Reliabilitas	19
2.9 Diagram Pareto	20
2.10 Diagram <i>Fishbone</i>	21
III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Lokasi dan Jadwal Penelitian	24
3.1.1. Lokasi Penelitian	24
3.2.2. Jadwal Penelitian	24
3.2 Sumber Data Dan Instrumen Penelitian	24
3.2.1. Sumber Data	24
3.2.2. Instrumen Penelitian	24
3.3 Teknik Pengumpulan Data	25
3.4 Variabel Penelitian	26
3.5 Kerangka Berfikir	27
3.6 Defenisi Operasional	28
3.7 Teknik Pengolahan Data	29
3.8 Metode Penelitian	33
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Sampel	34
4.1.1 Demografi Responden Berdasarkan Stambuk	35
4.1.2 Demografi Responden Berdasarkan Usia	36
4.1.3 Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.2 Uji Validitas	36
4.3 Uji Realibilitas	42
4.4 Pengolahan Data <i>Fuzzy Servqual</i>	48
4.4.1 Analisa Sistem	48
4.5 <i>Fuzzyfikasi</i> dan <i>Defuzzyfikasi</i>	51
4.6 <i>GAP Service Quality</i>	56
4.6.1 Perhitungan Nilai <i>Gap Service Quality</i> Per Atribut	56

4.6.2 Perhitungan Nilai <i>Gap Service Quality</i> Per Dimensi.....	58
4.7 Analisis Perhitungan Nilai <i>Gap Service Quality</i> Per Dimensi.....	59
4.7.1 Analisis Perhitungan Nilai <i>Gap Assurance</i>	60
4.7.2 Analisis Perhitungan Nilai <i>Gap Responsiveness</i>	64
4.7.3 Analisis Perhitungan Nilai <i>Gap Empathy</i>	69
V KESIMPULAN DAN SARAN	73
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR TABEL

	HAL
1. Data Demografi Berdasarkan Stambuk.....	35
2. Data Demografi Berdasarkan Usia.....	36
3. Data Demografi Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4. Uji Validitas Tingkat Harapan	37
5. Uji Validitas Tingkat Persepsi	40
6. Uji Reliabilitas	47
7. Membership Function Untuk Variabel Persepsi	49
8. Membership Function Untuk Variabel Harapan.....	50
9. Hasil Rekap Nilai Rata-Rata Tingkat Harapan Dan <i>Defuzzyfikasi</i>	53
10. Hasil Rekap Nilai Rata-Rata Tingkat Persepsi Dan <i>Defuzzyfikasi</i>	55
11. Perhitungan Gap Per Atribut.....	56
12. Perhitungan Gap Per Dimensi.....	58
13. Analisis Perhitungan Nilai Gap Per Dimensi.....	59
14. Analisis Perhitungan Nilai Gap <i>Assurance</i>	60
15. Analisis Perhitungan Nilai Gap <i>Responsiveness</i>	64
16. Analisis Perhitungan Nilai Gap <i>Empathy</i>	69

DAFTAR GAMBAR

	HAL
1. Kerangka Pemikiran	27
2. Diagram <i>Membership Function</i> Variabel Linguistik	30
3. <i>Flowchart</i> Penelitian	33
4. Diagram <i>Membership Function</i> Variabel Linguistik Persepsi	49
5. Diagram <i>Membership Function</i> Variabel Linguistik Harapan	50
6. <i>Diagram Pareto</i> Nilai Gap Per Dimensi	59
7. <i>Diagram Pareto</i> Dimensi <i>Assurance</i>	60
8. <i>Diagram Fishbone</i> Dimensi <i>Assurance</i> 2	60
9. <i>Diagram Fishbone</i> Dimensi <i>Assurance</i> 3	62
10. <i>Diagram Fishbone</i> Dimensi <i>Assurance</i> 1	63
11. <i>Diagram Pareto</i> Dimensi <i>Responsiveness</i>	65
12. <i>Diagram Fishbone</i> Dimensi <i>Responsiveness</i> 7	65
13. <i>Diagram Fishbone</i> Dimensi <i>Responsiveness</i> 6	67
14. <i>Diagram Fishbone</i> Dimensi <i>Responsiveness</i> 1	68
15. <i>Diagram Fishbone</i> Dimensi <i>Responsiveness</i> 2	69
16. <i>Diagram Pareto</i> Dimensi <i>Emphaty</i>	70
17. <i>Diagram Fishbone</i> Dimensi <i>Emphaty</i> 6	70
18. <i>Diagram Fishbone</i> Dimensi <i>Emphaty</i> 2	71
19. <i>Diagram Fishbone</i> Dimensi <i>Emphaty</i> 3	72

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	HALAMAN
1. Kuesioner <i>Servqual</i>	L1
2. Rekapitulasi Data Kuesioner Harapan	L4
3. Rekapitulasi Data Kuesioner Persepsi	L9
4. Hasil Uji Validitas Harapan dan Persepsi	L14
5. Hasil Uji Reliabilitas Harapan dan Persepsi	L24



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perubahan pola pikir masyarakat akan pentingnya pendidikan berimbas pada meningkatnya minat masyarakat untuk mengikuti pendidikan tinggi. Pendidikan tinggi dianggap telah menjadi wadah penghasil sumber daya manusia yang bermutu. Sejalan dengan pertumbuhan kebutuhan pendidikan tinggi maka perkembangan perguruan tinggi selalu menjadi perhatian masyarakat. Pada perkembangannya perguruan tinggi tidak hanya dilihat sebagai pusat ilmu pengetahuan, pusat penelitian, dan pusat pengabdian kepada masyarakat, tetapi juga suatu entitas korporat “penghasil ilmu pengetahuan” yang perlu bersaing untuk menjamin kelangsungan hidup. Perubahan ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan kualitas layanan, harga, dan promosi perguruan tinggi.

Persaingan yang semakin ketat dan tuntutan kebutuhan masyarakat akan kualitas yang berorientasi pada nilai pengguna jasa (*customer value*) pada akhirnya menekan organisasi untuk dapat menanggapi dengan cepat (*responsiveness*). Menghadapi kondisi ini hal utama yang harus diprioritaskan oleh perguruan tinggi adalah kepuasan mahasiswa. Kepuasan mahasiswa ditentukan oleh kualitas yang dikehendaki mahasiswa, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perguruan tinggi, yang saat ini dijadikan sebagai tolok ukur keunggulan daya saing perguruan tinggi (Siti Maisaroh,2005).

Sebagai lembaga pendidikan maka proses akademik merupakan proses inti, oleh karena itu pengukuran kepuasan pelanggan pada proses ini wajib dilakukan secara periodik. Pendidikan bukan lagi sebatas kemampuan untuk menghasilkan

lulusan yang diukur secara akademik, tetapi sudah mengarah pada suatu bentuk kualitas pendidikan secara menyeluruh yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian awal yang saya lakukan terhadap 10 responden mahasiswa pascasarjana, menyatakan bahwa ada beberapa ketidakpuasan mahasiswa terhadap pelayanan Universitas Medan Area seperti kurangnya buku referensi di perpustakaan, beasiswa untuk mahasiswa dan kurang efektif waktu pembelajaran.

Selanjutnya, berdasarkan angket kuesioner Pascasarjana Universitas Medan Area pada tahun 2020 menyatakan adanya ketidakpuasan mahasiswa terhadap pelayanan dosen ketika mengajar dan daya tanggap tenaga kependidikan dan pegawai terhadap mahasiswa, seperti dosen memiliki kemampuan mengenal dengan baik mahasiswa yang mengikuti perkuliahan yang memiliki persentase cukup sebesar 31,03%, tenaga kependidikan/pegawai mudah dihubungi dan melakukan respon dengan baik meskipun di luar jam kerja memiliki persentase cukup sebesar 41,38%, dan tenaga kependidikan/pegawai tanggap terhadap keluhan/masalah-masalah teknis yang muncul dalam layanan administrasi di UMA memiliki persentase cukup sebesar 37,93%.

Dari penelitian awal dan angket kuesioner tersebut dapat disimpulkan bahwasannya adanya ketidakpuasan mahasiswa terhadap pelayanan di Program Pascasarjana Universitas Medan Area. Maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa terhadap Kualitas Pelayanan di Program Pascasarjana Universitas Medan Area dengan Menggunakan Metode *Fuzzy Servqual*”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dari penelitian ini adalah :

1. Berapakah tingkat kepuasan Mahasiswa atas kualitas pelayanan di Program Pascasarjana Universitas Medan Area ?
2. Berapakah GAP persepsi dan harapan mahasiswa Pascasarjana Universitas Medan Area dengan menggunakan metode *Fuzzy Service Quality (tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy)* ?

1.3 Batasan Masalah

Batasan dan asumsi pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian dilaksanakan di Universitas Medan Area, jalan Setia Budi No.79 Tj. Rejo, Medan Sunggal, Medan, Sumatera Utara 20112, dengan kondisi dan keadaan seperti yang ada pada saat dilaksanakan penelitian pada bulan November 2020 – Januari 2021.
2. Penyebaran kuesioner hanya kepada mahasiswa magister dengan penentuan responden setiap magister menggunakan metode Slovin dengan batas toleransi kesalahan yang ditetapkan adalah 10%.
3. Sampel yang diteliti hanya untuk mahasiswa aktif stambuk 2018-2020.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Ingin mengetahui tingkat kepuasan Mahasiswa di Pascasarjana Universitas Medan Area dengan menggunakan metode *Fuzzy Service Quality*
2. Ingin mengetahui *gap* persepsi dan harapan Mahasiswa di Pascasarjana Universitas Medan Area dengan menggunakan metode *Fuzzy Service Quality (tangible, reliability, responsiveness, assurance, emphaty)*

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu memberikan informasi mengenai item dan dimensi *servqual* sehingga dapat melakukan perbaikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Pascasarjana Universitas Medan Area dengan menggunakan metode *Fuzzy Service Quality*

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk dapat eksis di tengah ketatnya persaingan dalam industri. kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan. Menurut Kotler dalam Muhtosim (2010:117) mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Suatu barang atau jasa akan dinilai bermutu apabila dapat memenuhi ekspektasi atau harapan konsumen akan nilai produk tersebut

Pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang). pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain. Menurut Kotler dalam Hendro dan Syamswana (2017) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak

lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pada umumnya pelayanan yang diberikan oleh produsen atau perusahaan yang memiliki kualitas yang baik akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Kualitas jasa dan layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian 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/pengunjung. Dengan kata lain, faktor utama kualitas pelayan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan/pengunjung dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan tersebut. Nilai kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Kualitas Pelayanan menurut Rambat Lupiyoadi (2011:65) menurut Service quality adalah seberapa jatuh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Service quality dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas Pelayanan yang menjadi hal pertama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009:182) Terdapat beberapa dimensi atau atribut yang perlu diperhatikan di dalam kualitas layanan yaitu :

a. Berwujud (*tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

b. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Keinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

c. Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

d. Jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

e. Empati (*emphaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan. Indikator kualitas pelayanan

menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang dikutip oleh Fandy Tjiptono 65 (2012:174-175) antara lain :

1. Keandalan (*Reability*) Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan dengan tepat yang meliputi kesesuaian kinerja dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

2. Kesadaran (*Awareness*) Kesadaran pegawai dalam membantu konsumen yang membutuhkan bantuan.

3. Perhatian (*Attention*) Perhatian berupa informasi atau tindakan kepada konsumen agar membuat konsumen nyaman dalam pelayanan.

4. Ketepatan (*Acuracy*) Ketepatan dalam memberi pelayanan kepada konsumen dengan baik.

2.2 Kepuasan pelanggan

Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa dari konsumen yang memberikan hasil perbandingan dari persepsi kinerja produk dan harapannya (Hikmah & Sudrajat, 2016).

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau

kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007:177).

Westbrook & Reilly (dalam Tjiptono, 2005) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli. Gaspers (dalam Nasution, 2005) mengatakan bahwa kepuasan konsumen sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen antara lain :

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen produk.
2. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
3. Pengalaman dari teman-teman.

Menurut Tjiptono (2012:301), kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

Menurut Kotler dan Keller (2012) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika apa yang diberikan para perusahaan jasa memenuhi keinginan konsumen maka konsumen akan puas. Begitupun sebaliknya apabila keinginan konsumen tidak seperti apa yang mereka inginkan maka konsumen akan tidak puas. Menurut Kotler (2007:177) dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

1. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi

3. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

2.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat kesesuaian antara produk dan jasa pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterima. Tingkat kesesuaian tersebut adalah hasil penilaian yang dilakukan oleh tamu berdasarkan pada pengetahuan dan pengalamannya. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas jasa yang dikendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama memperoleh gambaran tentang kepuasan konsumen, maka perlu diketahui arti kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks terdiri dari unsur, yaitu: Responsivness, Assurance, Empathy, Reliability dan Tangible. Buruknya kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggan telah disadari mengakibatkan banyaknya kerugian yang dialami oleh perusahaan. Mereka yang kecewa tidak hanya meninggalkan perusahaan, tetapi juga

akan menceritakan keburukan jasa yang diterima kepada orang lain. Selain itu perusahaan akan lebih banyak mengeluarkan biaya untuk mendapatkan satu orang pelanggan baru. Kurangnya kualitas jasa dibidang ekonomi merupakan harga tertinggi yang tumbuh sangat cepat, dari pada harga produk nyata.

2.3 Persepsi

Persepsi terjadi berdasarkan pengalaman masa lalu, setelah konsumen merasakan sesuatu terhadap apa yang diterimanya dan mengambil suatu kesimpulan dalam pikirannya untuk menilai apa yang dialaminya tersebut. Hasilnya pengamatan dari individu dari pengalaman masa lalu terhadap suatu produk, yang akan membentuk suatu pandangan tertentu terhadap suatu produk, yang akan menciptakan proses persepsi dalam perilaku pembelian oleh konsumen

Kualitas yang baik diukur berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan, bukan dari sudut penyedia jasa. Keputusan pemilihan jasa oleh pengguna jasa sangat dipengaruhi oleh persepsinya terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan, oleh sebab itu penyedia jasa haruslah benar benar mempertahankan apa yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang diberikannya.

2.4 Harapan (Ekspektasi)

Harapan merupakan suatu dorongan yang kuat atau keinginan pengguna jasa, seperti perasaan mereka tentang apa yang seharusnya ditawarkan oleh penyedia jasa lebih dari apa yang sebenarnya akan ditawarkan oleh penyedia jasa

tersebut. Persepsi dan harapan pelanggan suatu produk atau jasa dapat diukur, sehingga pihak penyedia produk atau jasa dapat mengetahui apa yang dirasakan oleh pelanggan. Metode penelitian yang akan dilakukan adalah dengan menggunakan metode survei. Pengukuran dilakukan dengan cara berikut:

- a. Pengukuran dilakukan secara langsung melalui *interview* dengan menggunakan kuesioner
- b. Kuesioner berisikan pertanyaan-pertanyaan dengan menggunakan skala ordinal mengenai harapan dan kinerja yang terkait dengan atribut yang ada.
- c. Responden diminta menilai sebesar apa harapan mereka terhadap suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang dirasakan terhadap atribut tersebut.
- d. Responden diminta meranking elemen atau atribut penawaran dari pertanyaan-pertanyaan yang ada berdasarkan derajat kepentingan setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan pada masing-masing elemen.

2.5 Teori Fuzzy

Beberapa aspek di dunia nyata selalu atau biasanya berada di luar model matematis dan bersifat *inexact*. Ketidakpastian inilah yang menjadi konsep dasarnya logika *fuzzy*. Pada prinsipnya himpunan *fuzzy* adalah perluasan dari himpunan *crisp*, yaitu himpunan yang membagi sekelompok individu ke dalam dua kategori, anggota dan bukan anggota. Di dalam hampir setiap sistem rekayasa, dikenal dua sumber informasi penting:

1. Sensor yang memberikan pengukuran numerik dari suatu variabel

2. Pakar (manusia) yang memberikan instruksi dan deskripsi tentang linguistic

Informasi yang didapatkan dari sensor adalah informasi numerik dan informasi yang berasal dari pakar manusia adalah informasi linguistik. Informasi numerik dinyatakan dalam bilangan, sedangkan informasi linguistik dinyatakan dalam kata-kata seperti kecil, besar, sangat besar, dan sebagainya. Pendekatan dalam rekayasa yang konvensional hanya dapat memanfaatkan informasi numerik dan mengalami kesulitan dalam memanfaatkan informasi linguistik.

Alasan informasi linguistik sering digambarkan dalam istilah *fuzzy* adalah:

- a. Komunikasi yang dilakukan lebih cocok dan efisien jika dilakukan dalam istilah *fuzzy*. Jika pertukaran informasi dilakukan dalam angka-angka akan terasa sangat janggal, meskipun angka-angka memiliki tingkat presisi yang tinggi.
- b. Pengetahuan kita tentang sesuatu hal pada dasarnya adalah bersifat *fuzzy*. Seringkali kita mengerti akan suatu teori, tetapi kita tidak yakin secara mendetail.
- c. Banyak sistem nyata yang terlalu kompleks jika digambarkan dalam istilah *crisp*. Seringkali informasi penting mengenai suatu sistem tidak presisi. Dan kadangkala hanya informasi tersebut yang kita peroleh.

Dalam proses menghasilkan nilai dari variabel output diperlukan pembentukan himpunan *fuzzy* (*Fuzzyfikasi*) sampai proses penegasan (*Defuzzyfikasi*). Proses *fuzzyfikasi* berfungsi untuk mengubah masukan – masukan yang nilai kebenarannya adalah bersifat pasti (*crisp input*) ke dalam bentuk *fuzzy input* (Martin & Nilawati, 2018).

Input dari sebuah proses *Defuzzyfikasi* adalah suatu himpunan *fuzzy* yang diperoleh dari komposisi aturan-aturan *fuzzy*, sedangkan *output* yang dihasilkan merupakan suatu bilangan pada domain himpunan *fuzzy* tersebut. Metode *fuzzy* digunakan

Pada himpunan tegas (*crisp*), nilai keanggotaan suatu *item* x dalam suatu himpunan A , yang sering ditulis dengan $\mu_A(X)$, memiliki 2 kemungkinan, yaitu (Kusumadewi & Purnomo, 2010) :

1. Satu (1) yang berarti bahwa suatu item menjadi anggota dalam suatu himpunan atau
2. Nol (0) yang berarti bahwa suatu item tidak menjadi anggota dalam suatu himpunan

Ada beberapa hal yang perlu diketahui dalam memahami sistem *fuzzy*, yaitu (Kusumadewi & Purnomo, 2010):

a. Variabel *fuzzy*

Variabel *fuzzy* merupakan variabel yang hendak dibahas dalam suatu sistem *fuzzy*

b. Himpunan *fuzzy*

Himpunan *fuzzy* merupakan suatu *group* yang mewakili suatu kondisi atau keadaan tertentu dalam suatu variabel *fuzzy*. Himpunan *fuzzy* memiliki 2 atribut, yaitu:

1. Linguistik, yaitu penamaan suatu grup yang memiliki suatu keadaan atau kondisi tertentu dengan menggunakan bahasa alami, seperti: muda, parubaya,tua
2. Numeris, yaitu suatu nilai (angka) yang menunjukkan ukuran dari suatu variabel seperti : 40, 25,50 dsb.

c. Semesta pembicaraan

Semesta pembicaraan adalah keseluruhan nilai yang diperbolehkan untuk dioperasikan dalam suatu variabel *fuzzy*. Semesta pembicaraan merupakan himpunan bilangan *real* yang senantiasa naik (bertambah) secara monoton dari kiri ke kanan. Nilai semesta pembicaraan dapat berupa bilangan positif maupun negatif. Adakalanya nilai semesta pembicaraan ini tidak dibatasi batas atasnya. Contoh: semesta pembicaraan untuk variabel temperatur $X=[0,40]$

d. Domain

Domain himpunan *fuzzy* adalah keseluruhan nilai yang diizinkan dalam semesta pembicaraan dan boleh dioperasikan dalam suatu himpunan *fuzzy*. Seperti halnya semesta pembicaraan, domain merupakan himpunan bilangan *real* yang senantiasa naik (bertambah) secara monoton dari kiri ke kanan. Nilai domain dapat berupa bilangan positif maupun negatif. Contoh domain himpunan *fuzzy* :

1. Himpunan *fuzzy* muda = $[0,45]$ artinya seseorang dapat dikatakan muda dengan umur antara 0 tahun sampai 45 tahun.
2. Himpunan *fuzzy* tua = $[45,125]$ artinya seseorang dapat dikatakan tua dengan umur antara 45 tahun sampai 125 tahun.
3. Himpunan *fuzzy* dingin = $[0,20]$ artinya suhu dapat dikatakan dingin dengan temperatur antara 0° sampai 20° .

2.5.1 Fungsi Keanggotaan

Fungsi keanggotaan (*membership function*) (Kusumadewi & Purnomo, 2010) adalah suatu kurva yang menunjukkan pemetaan titik input kedalam nilai

keanggotaannya (sering juga disebut dengan derajat keanggotaan) yang memiliki interval antara 0 sampai 1. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendapatkan nilai keanggotaan adalah dengan melalui pendekatan fungsi

2.6 *Servqual (Service Quality)*

Service quality dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang diterima. *Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan dengan layanan yang benar-benar mereka terima (Soetjipto, 1997).

Fitzsimmons & Fitzsimmons (dalam Soetjipto, 1997), menyatakan bahwa *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang nyata- nyata mereka terima/peroleh dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan. Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu. Sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan kurang bermutu, apabila kenyataan sama dengan yang diharapkan maka layanan dikatakan memuaskan.

Parasuraman, Zeithaml dan Berry (dalam J. Supranto, 1997) mengemukakan sebuah model dan menyusun beberapa acuan yang dapat dipakai sebagai pedoman dalam strategi penyesuaian/langkah antara yang diharapkan pelanggan dengan kinerja organisasi/perusahaan. Dalam hal ini ada lima kesenjangan (Gap) yang menyebabkan penyajian/penyampaian pelayanan tidak berhasil, yaitu :

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dan pandangan manajemen.
2. Kesenjangan antara pandangan/persepsi manajemen dan spesifikasi mutu pelayanan.

3. Kesenjangan antara mutu pelayanan dan sajian/penyampaian pelayanan (service delivery)
4. Kesenjangan antara penyajian pelayanan dan komunikasi eksternal
5. Kesenjangan antara yang dialami dan yang diharapkan.

Kesenjangan/gap timbul akibat tidak terpenuhinya harapan terhadap pelayanan yang diberikan, menurut Parasuraman (dalam J. Supranto, 1997) dapat diukur dengan instrumen yang disebut : *SERVQUAL INSTRUMENT* yang terdiri dari lima dimensi, yaitu :

1. *Reliability*
2. *Responsivenees*
3. *Assurance*
4. *Emphaty*
5. *Tangible*

Kelebihan menggunakan metode servqual yaitu lebih mudah menangkap persepsi atau pandangan dari hasil pengumpulan data dengan kuesioner (Kartika & Suprayogi, 2017)

2.7 Fuzzy Servqual (Service Quality)

Untuk mengukur nilai kesenjangan persepsi dan harapan. Hasil dari kuesioner perlu diolah dengan metode *fuzzy-servqual* berguna untuk memberikan nilai yang lebih tepat kepada peneliti karena adanya subjektivitasnya responden dalam pengisian kuesioner. Contohnya seorang responden memilih pilihan setuju, apakah pilihan tersebut cenderung ke arah cukup atau ke sangat setuju. Hal ini

menyebabkan perbedaan tingkat penilaian. Oleh sebab itu, untuk mengatasi subjektivitas responden tersebut maka digunakan metode *fuzzy-servqual*.

Proses perhitungan pada *fuzzy-servqual* dari *fuzzyfikasi* dan *defuzzyfikasi*. *Fuzzyfikasi* yaitu penentuan *Triangular fuzzy number* (TFN) dan *defuzzyfikasi* merupakan penentuan nilai *crispfuzzy*. *Triangular fuzzy Number* merupakan *range* nilai dari bobot jawaban responden. TFN terdiri dari tiga nilai batas yaitu nilai batas bawah (a), nilai tengah (b) dan nilai batas atas (c). Setiap pilihan diberikan *range* nilai yang akan dihitung menggunakan rumus untuk menentukan TFN (*Triangular Fuzzy Number*).

2.7.1 Nilai *Servqual* (GAP)

Harapan seorang pelanggan terhadap kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh informasi yang diperoleh. Sumber tersebut dapat berasal dari internal maupun eksternal. Sumber informasi internal misalnya pengalaman masa lalu. Sumber informasi eksternal merupakan sumber informasi yang berasal dari luar, misalnya pelanggan lain melalui mulut ke mulut atau pemasar melalui promosi / iklan.

Harapan konsumen terhadap layanan yang dijabarkan kedalam lima dimensi kualitas layanan harus bisa dipahami dan diupayakan untuk diwujudkan. Layanan yang diterima tapi tidak sesuai dengan layanan yang diharapkan itulah yang menimbulkan kekecewaan.

Penilaian kualitas jasa menggunakan model *servqual* mencakup perhitungan perbedaan di antara nilai yang diberikan para pelanggan untuk setiap pasang pertanyaan berkaitan dengan harapan dan persepsi. Skor untuk setiap pasang pernyataan, bagi masing masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus

berikut (Zeithaml, et al. 1990) yang dikutip oleh (Tjiptono, 2000)

$$\text{Skor Servqual} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} = \text{Gap}$$

Selisih antara persepsi dengan harapan disebut dengan “gap” atau kesenjangan kualitas layanan (Sholikah & Iriananda, 2017), yang artikan sebagai berikut:

1. Jika *gap* positif (persepsi > harapan) maka layanan dikatakan “*surprise*” dan memuaskan
2. Jika *gap* nol (persepsi = harapan) maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan
3. Jika *gap* negatif (persepsi < harapan) maka layanan dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan (Mustofa, Handoyo, & Ernawati, 2016).

2.8 Pengujian Instrumen Validitas dan Reliabilitas

Instrument yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Instrument yang reliable berarti instrument tersebut bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Penggunaan instrument yang valid dan reliable dalam pengumpulan data, diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliable. Jadi instrument yang valid merupakan syarat untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliable. Instrument yang valid dan reliable belum tentu akan menghasilkan data yang valid

dan reliable. Hal ini masih dipengaruhi oleh kondisi yang diteliti, peneliti harus mampu mengendalikan obyek yang diteliti dan meningkatkan kemampuan dalam menggunakan instrument untuk mengukur variable yang diteliti.

Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir.

Pengujian reliabilitas instrument dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test-retest (stability), equivalent dan gabungan keduanya. Secara internal *consistency* dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada. (Dr. Sugiono dan Eri Wibowo, 2001 : 220).

2.9 Diagram Pareto

Heizer dan render (2014:255), Diagram pareto adalah sebuah metode untuk mengelola kesalahan, masalah atau kecacatan untuk membantu memusatkan perhatian pada usaha penyelesaian masalah. Diagram ini berdasarkan pekerjaan Vilfredo Pareto, seorang pakar ekonomi di abad ke-19. Joseph M. juran mempopulerkan pekerjaan pareto dengan menyatakan bahwa 80% permasalahan perusahaan merupakan hasil dari penyebab yang hanya 20%.

Besterfield (2009), Diagram pareto ini merupakan sesuatu gambaran yang mengurutkan klarifikasi data dari kiri ke kanan menurut urutan ranking tertinggi hingga terendah. Hal ini dapat membantu menemukan permasalahan yang paling penting untuk segera diselesaikan sampai 18 dengan masalah yang tidak harus segera diselesaikan diagram pareto juga dapat mengidentifikasi masalah yang paling penting yang mempengaruhi usaha perbaikan kualitas.

Kegunaan Diagram Pareto bertujuan untuk menemukan atau mengetahui prioritas utama dari masalah yang dihadapi dan merupakan kunci dalam penyelesaian masalah yang dihadapi dan perbandingan terhadap keseluruhan.

Kegunaan diagram pareto antara lain:

- a. Menunjukkan masalah utama dengan menunjukkan urutan prioritas dari beberapa masalah.
- b. Menyatakan perbandingan masing-masing masalah terhadap keseluruhan.
- c. Menunjukkan tingkat perbaikan setelah tindakan perbaikan pada daerah terbatas
- d. Menunjukkan perbandingan masing-masing masalah sebelum dan sesudah perbaikan.

Sebuah diagram pareto menunjukkan masalah apa yang pertama harus kita pecahkan untuk menghilangkan kerusakan dan perbaikan operasi. Item cacat yang paling sering muncul ditangani terlebih dahulu kemudian dilanjutkan dengan item cacat tertinggi kedua dan seterusnya.

2.10 Diagram Fishbone

Diagram ini sering pula disebut diagram tulang ikan. Alat ini dikembangkan pertama kali pada tahun 1950 oleh seorang pakar kualitas Jepang, yaitu Kaoru Ishikawa. Pada awalnya diagram ini digunakan oleh bagian pengendali kualitas untuk menemukan potensi penyebab masalah dalam proses manufaktur yang biasanya melibatkan banyak variasi dalam sebuah proses. Menurut Nasution (2005)

Diagram Sebab Akibat adalah suatu pendekatan terstruktur yang memungkinkan dilakukan suatu analisis lebih terperinci dalam menemukan penyebab-penyebab suatu masalah, Diagram ini sering pula disebut diagram tulang ikan. Alat ini dikembangkan pertama kali pada tahun 1950 oleh seorang pakar kualitas Jepang, yaitu Kaoru Ishikawa. Pada awalnya diagram ini digunakan oleh bagian pengendali kualitas untuk menemukan potensi penyebab masalah dalam proses manufaktur yang biasanya melibatkan banyak variasi dalam sebuah proses. Menurut Nasution (2005) Diagram Sebab Akibat adalah suatu pendekatan terstruktur yang memungkinkan dilakukan suatu analisis lebih terperinci dalam menemukan penyebab-penyebab suatu masalah, ketidaksesuaian, dan kesenjangan yang terjadi. Diagram sebab dan akibat digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis suatu proses atau situasi dan menemukan kemungkinan penyebab suatu persoalan atau masalah yang terjadi.

Menurut Gaspersz (2002) sumber penyebab masalah kualitas yang ditemukan berdasarkan prinsip 5M dan 1E, yaitu:

- a. Manpower (tenaga kerja), berkaitan dengan kekurangan dalam pengetahuan, kekurangan dalam ketrampilan dasar yang berkaitan dengan mental dan fisik, kelelahan, stress, ketidakpedulian, dll.
- b. Machines (Mesin dan peralatan), berkaitan dengan tidak ada sistem perawatan preventif terhadap mesin produksi, termasuk fasilitas dan peralatan lain tidak sesuai dengan spesifikasi tugas, tidak dikalibrasi, terlalu complicated, terlalu panas, dll.
- c. Methods (metode kerja), berkaitan dengan tidak adanya prosedur dan metode kerja yang benar, tidak jelas, tidak diketahui, tidak terstandarisasi, tidak

cocok,dll.

d. Materials (bahan baku dan bahan penolong), berkaitan dengan ketiadaan spesifikasi kualitas dari bahan baku dan bahan penolong yang ditetapkan, ketiadaan penanganan yang efektif terhadap bahan baku dan bahan penolong, dll.

e. Lingkungan (Environment), berkaitan dengan tempat dan waktu kerja yang tidak memperhatikan aspek-aspek kebersihan, kesehatan, keselamatan kerja, dan lingkungan kerja yang kondusif, kekurangan dalam lampu penerangan, ventilasi yang buruk, kebisingan yang berlebihan, dll.

f. Pengukuran (Measurement) merupakan kegiatan penentuan angka bagi suatu objek secara sistematis. Penentuan angka ini merupakan usaha untuk menggambarkan karakteristik suatu objek.

Kegunaan Diagram Sebab Akibat adalah suatu diagram yang menunjukkan hubungan antara sebab dan akibat. Pada dasarnya diagram sebab akibat dapat digunakan untuk kebutuhan berikut:

- a. Membantu mengidentifikasi akar penyebab suatu masalah.
- b. Membantu membangkitkan ide-ide untuk solusi suatu masalah.
- c. Membantu dalam penyelidikan atau pencarian fakta lebih lanjut.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pascasarjana Universitas Medan Area, jalan Setia Budi No.79 Tj. Rejo, Medan Sunggal, Medan, Sumatera Utara 20112.

3.1.2 Jadwal Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan mulai pada bulan November 2020 – Januari 2021.

3.2 Sumber Data dan Instrumen Penelitian

3.2.1 Sumber Data

1. Data primer

Data primer berupa data hasil kuesioner *servqual* yang akan disebar kepada mahasiswa Universitas Medan Area.

2. Data Sekunder

Data sekunder berupa data jumlah responden.

3.2.2 Instrumen Penelitian

Instrumen-instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah.

1. Kuesioner

Kuesioner dari variable kualitas jasa yang diukur terdiri dari lima dimensi. Lima dimensi kualitas pelayanan tersebut masing-masing diwakili oleh beberapa pertanyaan. Lima dimensi tersebut terdiri dari:

- a. Berwujud (*Tangible*)
 - b. Empati (*Emphaty*)
 - c. Daya tanggap (*Responsiveness*)
 - d. Keandalan (*Reliability*)
 - e. Jaminan (*Assurance*)
2. *Software* Statistik (SPSS. 16)

Software statistik yang digunakan adalah SPSS.16 yang berfungsi untuk melakukan pengolahan data secara statistic berupa uji reabilitas, validitas.

3. *Software* Ms. Excel 2013

Untuk menghitung nilai *fuzzyfikasi* menggunakan *software* Ms.Excel 2013.

3.3 Teknik Pengumpulan data

Pengumpulan data dalam penulisan laporan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. *Survey*

Dalam penelitian ini melakukan pengamatan langsung terhadap layanan - layanan di Pascasarjana Universitas Medan Area atau objek yang akan di teliti serta melakukan daftar-daftar pertanyaan atau pernyataan untuk disebarkan kepada responden.

- b. Kuesioner

Kuesioner dalam penelitian ini sebagai acuan untuk melakukan pengumpulan data yang akan disebarkan kepada responden (mahasiswa Pascasarjana Universitas Medan Area) yang berisikan daftar pertanyaan atau pernyataan untuk diisi yang berkaitan dengan kualitas layanan.

c. Wawancara

Pada teknik ini di saat responden melakukan pengisian atau sesudah melakukan pengisian kuesioner juga disertai melakukan wawancara langsung terhadap responden yang berkaitan dengan kualitas pelayanan Pascasarjana Universitas Medan Area dan tingkat kepuasan konsumen.

d. Studi Pustaka

Hal ini yang bertujuan untuk melakukan atau memperoleh data sebagai data pendukung maupun tambahan dengan memperoleh data dengan cara tidak langsung atau disebut dengan data sekunder yaitu yang bersumber berupa literatur, buku, jurnal, dan informasi dari internet yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu mengetahui tingkat kepuasan konsumen untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

3.4. Variabel Penelitian

Pengertian variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel adalah sebagai berikut:

a. **Variabel Bebas (Independen)**

Variabel Independen adalah variabel bebas yang dapat mempengaruhi variabel independen baik secara positif dan negatif. Adapun variabel independen pada penelitian ini adalah :

- a. Berwujud (*Tangible*)
- b. Empati (*Emphaty*)

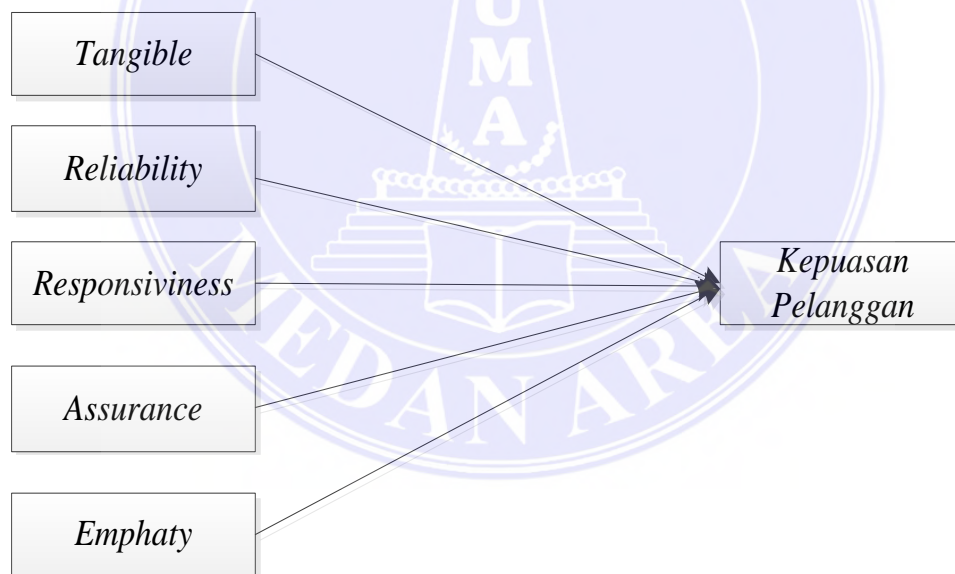
- c. Daya tanggap (*Responsiveness*)
- d. Keandalan (*Reliability*)
- e. Jaminan (*Assurance*)

b. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel Dependen adalah variabel terikat yang nilainya dipengaruhi variabel lain. Adapun variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

3.5. Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran digambarkan pada gambar 3.1 sebagai berikut:



Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran

3.6 Defenisi Operasional

Menurut Lovelock *and* Wright (2007:96) kualitas pelayanan jasa merupakan evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan. Pada umumnya pelayanan yang di berikan perusahaan baik akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian yang sangat tinggi pula. Parasuraman (dalam Lupiyoadi, 2008:182) kualitas jasa pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi antara lain: Bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Menurut Parasuraman *et al.* (1998) kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi antara lain :

1. Bukti Langsung (*Tangible*) merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya terhadap pihak eksternal.
2. Keandalan (*Reliability*) kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*) merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan (*Assurance*) merupakan pengetahuan kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. Empati (*Emphaty*) merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen

3.7. Teknik Pengolahan Data

1. Pengambilan Data dengan Kuesioner

Setelah ditentukan, langkah selanjutnya adalah melakukan pengambilan data dengan memberikan kuesioner kepada para mahasiswa pasca sarjana Universitas Medan Area dengan jumlah responden ditentukan dengan metode Slovin dengan batas toleransi kesalahan yang ditetapkan adalah 10%.

$$n = \frac{N}{(1 + N(e)^2)}$$

Keterangan : n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Total Populasi

e = Batas Toleransi *Error*

2. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

Langkah selanjutnya adalah uji validitas dan reliabilitas kuesioner. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan telah valid dan reliabel agar dapat dilakukan analisis selanjutnya.

Pengujian validitas dapat menggunakan persamaan korelasi *Product Moment*, dengan rumus adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]} \quad \dots (1)$$

Keterangan : r = koefisien korelasi product momen

X = skor tiap pertanyaan / item

Y = skor total

N = jumlah responden

Sedangkan, uji reliabilitas dapat diperoleh dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{K}{k - 1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad \dots (2)$$

Keterangan : r_{11} = reliabilitas kuesioner

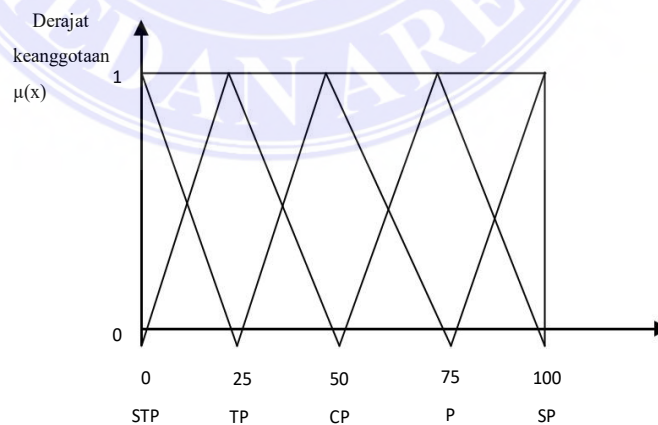
k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah variansi butir

σ_t^2 = variansi

3. Mengkonversi *Fuzzy*

Melakukan pengkonversian nilai skala kedalam *fuzzy set* dari variabel input terhadap masing-masing atribut. Nilai skala *fuzzy* dapat di lihat pada Gambar 3.2



Gambar 3.2 Diagram *Membership Function* Variabel Linguistik

4. Menghitung *Fuzzyfikasi*

Mendapatkan nilai komposisi dari *fuzzy set* seluruh responden dengan menggunakan *arithmetic mean* untuk memperoleh skor bobot rata-rata:

$$b = \frac{(b_{i2}n_1 + b_{i3}n_2 + b_{i4}n_3 + b_{i5}n_4 + b_{i5}n_5)}{n_1 + n_2 + n_3 + n_4 + n_5} \quad \dots (3)$$

$$a = \frac{(b_{i1}n_1 + b_{i2}n_2 + b_{i3}n_3 + b_{i4}n_4 + b_{i5}n_5)}{n_1 + n_2 + n_3 + n_4 + n_5} \quad \dots (4)$$

$$c = \frac{(b_{i1}n_1 + b_{i1}n_2 + b_{i2}n_3 + b_{i3}n_4 + b_{i4}n_5)}{n_1 + n_2 + n_3 + n_4 + n_5} \quad \dots (5)$$

Keterangan :: a = nilai batas tengah

b = nilai batas atas

c = nilai batas bawah

b_i = rata – rata nilai *fuzzy set* per tingkat kepentingan

n = jumlah responden per tingkat kepentingan

5. Menghitung *Defuzzyfikasi*

Rata – rata nilai a_i, b_i, c_i tersebut merupakan nilai *defuzzyfikasi* yang akan diformulasikan sebagai berikut :

$$d = \frac{a_i + b_i + c_i}{3} \quad \dots (6)$$

Keterangan : a_i = nilai batas tengah

b_i = nilai batas atas

c_i = nilai batas bawah

6. Menghitung Nilai Skor *GAP Servqual*

Proses diatas diulang sampai seluruh atribut yang ada di persepsi dan harapan mendapatkan nilai *deffuzzifikasi* atau nilai tunggal tunggal. Nilai *gap performance* dihitung dari selisih antara nilai *deffuzzifikasi* yang ada antara skor variabel persepsi dan variabel harapan dari masing-masing atribut. Dengan rumus sebagai berikut :

$$(Gap) = (\text{Nilai persepsi} - \text{Nilai harapan}) \quad \dots(7)$$

7. Diagram Pareto

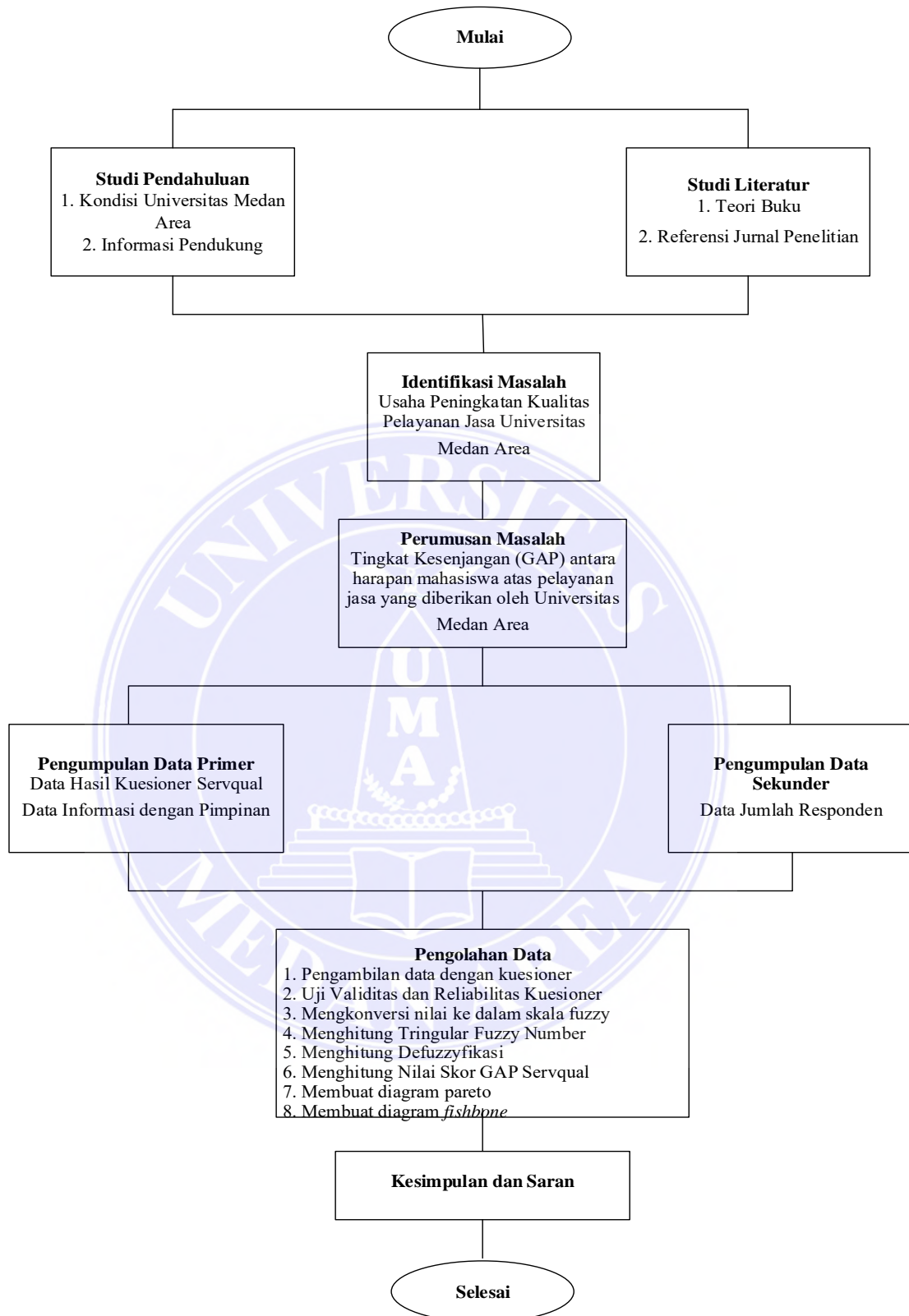
Diagram pareto berfungsi untuk memprioritaskan masalah dari urutan yang terbesar hingga urutan yang terkecil dimana sekitar 80% dari akibat disebabkan oleh 20% dari penyebab.

8. Diagram *Fishbone*

Diagram *fishbone* digunakan untuk mengidentifikasi dan mengorganisasi penyebab-penyebab yang mungkin timbul dari suatu efek spesifik dan kemudian memisahkan akar penyebabnya. Diagram *fishbone* banyak digunakan untuk membantu mengidentifikasi akar penyebab dari suatu masalah dan membantu menemukan ide-ide untuk solusi suatu masalah.

3.8. Metode Penelitian

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.3 berikut.



Gambar 3.3 Flowchart Penelitian

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Tingkat kepuasan mahasiswa atas kualitas pelayanan di Pascasarjana Universitas Medan Area berdasarkan *gap service quality* per dimensi yang memiliki minus terbesar yaitu *Assurance* dengan hasil -4,01. Artinya dimensi pelayanan ini yang harus menjadi perhatian dan prioritas untuk dievaluasi dan tingkatkan lagi kualitas pelayanannya oleh pihak Pascasarjana Universitas Medan Area.
2. Berdasarkan nilai *gap* per atribut yang perlu diprioritaskan oleh pihak Pascasarjana Universitas Medan Area untuk dilakukan perbaikan adalah Uma memiliki Perpustakaan yang lengkap yang memperoleh *gap* tertinggi yaitu -6,26. Sedangkan *gap* terendah adalah ketersediaan perlengkapan alat pendukung pembelajaran (michrophone, infocus, speaker, dan lain-lain) dengan nilai gap 1,74. Hal ini menunjukkan ketersediaan perlengkapan alat pendukung pembelajaran merupakan atribut yang dinilai mahasiswa lebih baik dari atribut – atribut yang lainnya.

Berdasarkan nilai *gap* per dimensi, dimensi yang perlu di prioritaskan oleh pihak Pascasarjana Universitas Medan Area untuk dilakukan perbaikan adalah dimensi *assurance* yang memperoleh *gap* tertinggi yaitu -4,01.

Sedangkan gap terendah adalah *tangibles*, dengan nilai *gap* -1,35. Hal ini lebih di prioritaskan untuk dilakukan perbaikan.

5.2 Saran

Saran yang diberikan peneliti pada penelitian ini adalah :

1. Pada *tangibles* 2 yaitu UMA memiliki perpustakaan yang lengkap yang memiliki gap tertinggi ,sebaiknya pihak manajemen bisa memperluas perpustakaan dan melengkapi buku-buku yang dibutuhkan oleh mahasiswa.
2. Pelayanan di Pasca Sarjana Universitas Medan Area disarankan untuk ditingkatkan kualitas pelayanannya lebih maksimal, pihak manajemen sebaiknya melakukan perbaikan-perbaikan pada dimensi *servqual* yang gapnya bernilai negatif terutama pada *assurance*, sebaiknya pihak manajemen bisa mengusulkan untuk memberikan karyawan pelatihan pelatihan sikap terhadap mahasiswa, sehingga mahasiswa merasa lebih diperhatikan dan dipahami.
3. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan penggalan atribut –atribut dan skala penilaian secara lebih mendalam lagi agar dapat memahami kondisi lebih baik dan menambah jumlah responden. Penelitian ini hanya membahas *customer gap*, maka untuk selanjutnya masih bisa disempurnakan dan dilengkapi lagi

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, Muhtosim. 2010. *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Besterfield, D. H. (2009). *Quality Control eight edition. United States of America: Pearson Education*
- Fandy, Tjiptono,(2011), *Pemasaran Jasa*, Bayumedia,Malang.
- Gaspersz, Vincent. 2005. *Sistem Manajemen Kinerja Terintegrasi Balanced Scorecard Dengan Six Sigma Untuk Organisasi Bisnis dan Pemerintah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Heizer dan Render. 2014. *Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat
- Hendro, Y dan Syamswana, Y. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Malang*. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Vol 2, No 1. 331-346
- Hikmah, Noer & Adjat Sudrajat . 2016. *Analisa Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Pendaftaran Online Bpjs Kesehatan*. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Jakarta*. Hal : 1-10.
- Kotler,Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Erlangga
- Kusumadewi, Sri dan Purnomo Hari. 2010, “Aplikasi Logika Fuzzy”, Cetakan Pertama, Graham Ilmu, Yogyakarta.
- Lupiyoadi, R dan A.hamdani. 2013. *Manajemen pemasaran jasa*. Edisi kedua. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Lovelock, Christopher H dan Lauren K. Waright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan II. Jakarta: PT Indeks.

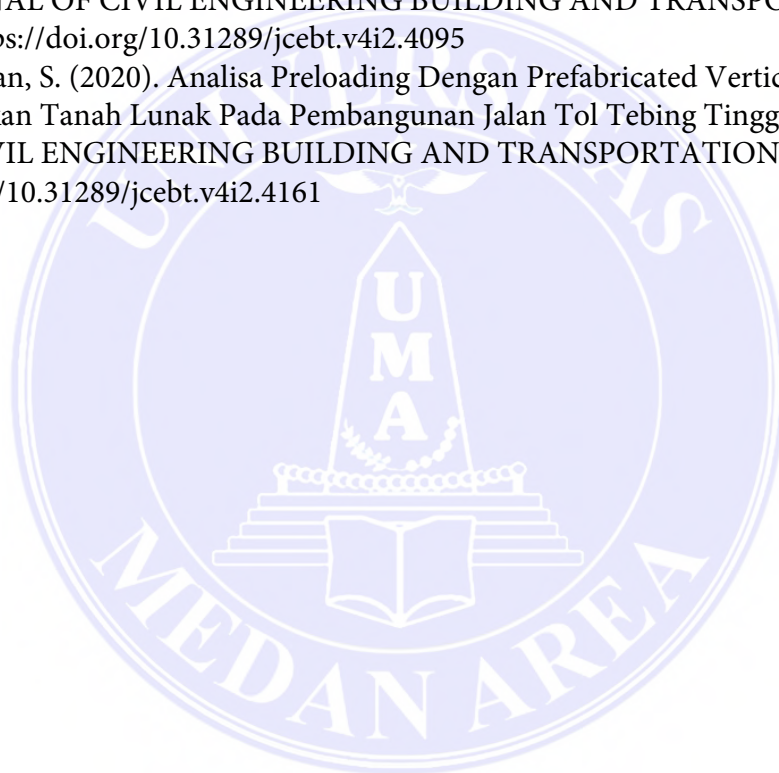
- Martin. Lala Nilawati . 2018. Model Fuzzy Mamdani Untuk Penilaian Tingkat Kepuasan Pelayanan Pengaduan Masyarakat. *JURNAL INFORMATIKA*, Vol.5 No.2. Hal : 237-247
- Mustofa M., Handoyo & Dira E., (Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Metode Service Quality (Servqual) Fuzzy di PT Pos Indonesia Sidoarjo, *Jurnal Universitas Upn – Veteran – Jatim*. Hal : 1-14.,2011.
- Nasution, M. N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management*, Edisi Kedua, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. 1988. SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*. Marketing Science Institute. 1(64): h: 12-40. 937
- Sholikah, Hesti & Syahroni Wahyu Iriananda. 2017. Analisis Kepuasan Pelanggan Travel Menggunakan Metode *Fuzzy Service Quality*. *Journal of Information Technology and Computer Science (JOINTECS)*. Vol. 2 No. 2. Hal 69 -74.
- Siti Maisaroh. (2005). *Pengaruh Manajemen Mutu Layanan terhadap Kepuasan Peserta Didik di Universitas PGRI Yogyakarta*. Laporan Penelitian. Universitas PGRI Yogyakarta
- Soetjipto, Budi, W. 1997. *Service Quality : Alternatif Pendekatan dan Berbagai Persoalan di Indonesia*. Usahawan, Tahun XXVI, No 01, Januari, Jakarta
- S. Kusumadewi and P. , "Aplikasi Logika Fuzzy untuk Pendukung Keputusan," in *Aplikasi Logika Fuzzy untuk Pendukung Keputusan*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2010.

Wijaya, Toni., Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, Qfd, Dan Kano Disertai Contoh Aplikasi Dalam Kasus Penelitian. Jakarta Barat: Pt Indeks., 2010.

sutrisno, t. (2020). Pengaruh Faktor Resiko Terhadap Keterlambatan Penyelesaian Proyek Pembuatan 3 Unit Pergola Makam Sunan Drajat Lamongan. JOURNAL OF CIVIL ENGINEERING BUILDING AND TRANSPORTATION, 4(2), 73-79. doi:<https://doi.org/10.31289/jcebt.v4i2.4211>

Krisnawan, D. (2020). Perbandingan Anggaran Biaya Pembangunan Gedung Dengan Menggunakan Nilai Bow,Sni Dan Harga Pasar (Studi Kasus Di Gedung Pasca Sarjana Unisla). JOURNAL OF CIVIL ENGINEERING BUILDING AND TRANSPORTATION, 4(2), 80-84. doi:<https://doi.org/10.31289/jcebt.v4i2.4095>

Panjaitan, S. (2020). Analisa Preloading Dengan Prefabricated Vertical Drain (PVD) Terhadap Perbaikan Tanah Lunak Pada Pembangunan Jalan Tol Tebing Tinggi - Indrapura. JOURNAL OF CIVIL ENGINEERING BUILDING AND TRANSPORTATION, 4(2), 85-93. doi:<https://doi.org/10.31289/jcebt.v4i2.4161>



KUESIONER SERVQUAL (SERVICE QUALITY)

No :

Nama :
 Jenis Kelamin :
 Stambuk/Angkatan :
 Magister :

Keterangan bobot nilai Tingkat harapan :	1= Sangat Tidak Puas (STP) 2 = Tidak Puas (TP) 3 = Cukup Puas (CP) 4 = Puas (P) 5 = Sangat Puas (SP)
--	--

Keterangan bobot nilai Tingkat persepsi :	1= Sangat Tidak Puas (STP) 2 = Tidak Puas (TP) 3 = Cukup Puas(CP) 4 = Puas (P) 5 = Sangat Puas (SP)
---	---

Petunjuk Pengisian :

Beri tanda ceklist pada kolom yang tersedia sesuai penilaian anda

Dimensi Kualitas Jasa		Tingkat Harapan					Tingkat Persepsi				
No	Tangibles	STP	TP	CP	P	SP	STP	TP	CP	P	SP
1	Kenyamanan, kebersihan dan keamanan ruang kuliah										
2	UMA memiliki perpustakaan yang lengkap										
3	Fasilitas ibadah yang bersih dan nyaman untuk digunakan										
4	Kenyamanan, kebersihan dan ketersediaan lahan tempat parkir										
5	Ketersediaan bandwidth hot spot										
6	Kenyamanan, kelengkapan, kebersihan dan keamanan Ruang Tunggu waktu jeda kuliah										
7	Kenyamanan, kelengkapan dan kebersihan ruang Toilet-WC										
8	Ketersediaan perlengkapan alat pendukung pembelajaran (michropone, infocus, speaker, dan lain-lain) di ruang kuliah										

Dimensi Kualitas Jasa		Tingkat Harapan					Tingkat Persepsi				
No	Reliability	STP	TP	CP	P	SP	STP	TP	CP	P	SP
1	Tenaga kependidikan memberikan pelayanan yang baik										
2	Prosedur pelayanan yang teratur dan mudah										
3	Dosen memadai sesuai dengan bidang keahliannya										
4	Kualitas layanan tenaga kependidikan untuk memenuhi kepentingan mahasiswa										
5	Kemampuan tenaga kependidikan untuk melayani administrasi kemahasiswaan										
6	Direktur dan wakil direktur memrealisasikan sistem sesuai dengan visi dan misi UMA										
7	Kemampuan direktur dan wakil direktur melayani mahasiswa dengan baik dan adil										
8	Kemampuan kaprodi dan sekretaris prodi dalam menyelesaikan permasalahan mahasiswa										
Dimensi Kualitas Jasa		Tingkat Harapan					Tingkat Persepsi				
No	Responsiveness	STP	TP	CP	P	SP	STP	TP	CP	P	SP
1	Direktur dan wakil direktur memberikan pelayanan akademik dan non akademik										
2	Dosen memberikan materi pembelajaran dengan baik dan tepat										
3	Kaprodi dan sekretaris prodi membantu mahasiswa apabila menghadapi masalah akademik										
4	Direktur dan wakil direktur memfasilitasi mahasiswa untuk melakukan penelitian dan pengabdian masyarakat										
5	Pelaksanaan ujian tepat waktu										
6	Pembelajaran sesuai dengan waktu yang telah ditentukan										
7	Tenaga kependidikan memberikan respon dan kecepatan dalam pelayanan										

Dimensi Kualitas Jasa		Tingkat Harapan					Tingkat Persepsi				
No	Assurance	STP	TP	CP	P	SP	STP	TP	CP	P	SP
1	Tenaga kependidikan santun dalam melakukan pelayanan akademik										
2	Permasalahan/keluhan mahasiswa selalu ditangani oleh program studi										
3	Waktu dipergunakan secara efektif oleh dosen dalam proses pengajaran										
4	Direktur dan wakil direktur selalu berusaha memenuhi kepinginan mahasiswa										
5	Adanya sanksi bagi mahasiswa yang melanggar peraturan yang telah ditetapkan dan berlaku untuk semua mahasiswa tanpa terkecuali										
Dimensi Kualitas Jasa		Tingkat Harapan					Tingkat Persepsi				
No	Empathy	STP	TP	CP	P	SP	STP	TP	CP	P	SP
1	Kepedulian direktur dan wakil direktur dalam memahami kepentingan dan kesulitan mahasiswa										
2	Dosen bersikap terbuka dan kooperatif terhadap mahasiswa										
3	Dosen bersedia membantu mahasiswa yang mengalami kesulitan bidang akademik / mata kuliah										
4	Kaprodi dan sekretaris prodi memonitor terhadap kemajuan mahasiswa melalui dosen pembimbing akademik										
5	Direktur dan wakil direktur bersedia membantu mahasiswa yang sedang memiliki masalah penyelesaian studi										
6	Tenaga kependidikan selalu bersedia membantu ketika kesulitan meminta pelayanan										

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Persepsi dan Harapan Dengan Menggunakan SPSS

		Correlations																																						
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	TL				
P1	Pearson Correlation	1	.368**	.729**	.470**	.360**	.580**	.429**	.589**	.360**	.351**	.315**	.262**	.335**	.338**	.335**	.332**	.306**	.332**	.316**	.428**	.422**	.445**	.681**	.365**	.368**	.341**	.308**	.235**	.313**	.297**	.298**	.346**	.336**	.418**	.606**				
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000			
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245		
P2	Pearson Correlation	.368**	1	.355**	.632**	.481**	.312**	.454**	.313**	.518**	.670**	.798**	.462**	.448**	.478**	.492**	.409**	.470**	.329**	.289**	.429**	.379**	.335**	.425**	.294**	.285**	.391**	.268**	.181**	.214**	.252**	.163*	.267**	.281**	.249**	.602**				
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.001	.000	.011	.000	.000	.000	.000	.000	.000			
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245		
P3	Pearson Correlation	.729**	.355**	1	.396**	.328**	.538**	.534**	.699**	.319**	.266**	.446**	.406**	.469**	.337**	.384**	.347**	.295**	.367**	.326**	.504**	.454**	.463**	.642**	.436**	.398**	.342**	.344**	.248**	.352**	.244**	.360**	.282**	.304**	.392**	.636**				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	
P4	Pearson Correlation	.470**	.632**	.396**	1	.527**	.337**	.506**	.420**	.532**	.847**	.589**	.444**	.448**	.512**	.443**	.356**	.433**	.328**	.280**	.291**	.368**	.346**	.394**	.292**	.280**	.264**	.228**	.214**	.287**	.282**	.261**	.287**	.293**	.305**	.612**				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	
P5	Pearson Correlation	.360**	.481**	.328**	.527**	1	.437**	.603**	.322**	.885**	.524**	.449**	.721**	.453**	.572**	.537**	.449**	.444**	.394**	.338**	.257**	.226**	.296**	.441**	.297**	.350**	.370**	.288**	.293**	.270**	.309**	.246**	.365**	.299**	.313**	.636**				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P6	Pearson Correlation	.580**	.312**	.538**	.337**	.437**	1	.332**	.518**	.412**	.363**	.319**	.353**	.259**	.401**	.368**	.286**	.319**	.378**	.278**	.380**	.362**	.354**	.699**	.419**	.412**	.407**	.378**	.294**	.379**	.369**	.349**	.388**	.386**	.451**	.607**				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P7	Pearson Correlation	.429**	.454**	.534**	.506**	.603**	.332**	1	.570**	.656**	.402**	.484**	.587**	.447**	.500**	.421**	.332**	.324**	.368**	.311**	.329**	.263**	.323**	.426**	.293**	.309**	.343**	.291**	.276**	.225**	.251**	.229**	.323**	.242**	.317**	.610**				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245

P8	Pearson Correlation	.589**	.313**	.699**	.420**	.322**	.518**	.570**	1	.345**	.311**	.412**	.378**	.384**	.377**	.370**	.316**	.348**	.391**	.350**	.394**	.347**	.396**	.623**	.458**	.368**	.332**	.330**	.374**	.365**	.327**	.422**	.334**	.388**	.453**	.636**			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	
P9	Pearson Correlation	.360**	.518**	.319**	.532**	.885**	.412**	.656**	.345**	1	.546**	.462**	.793**	.470**	.639**	.615**	.500**	.529**	.457**	.401**	.299**	.247**	.353**	.503**	.374**	.425**	.443**	.383**	.368**	.356**	.381**	.311**	.435**	.372**	.388**	.706**			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P10	Pearson Correlation	.351**	.670**	.266**	.847**	.524**	.363**	.402**	.311**	.546**	1	.643**	.473**	.515**	.616**	.564**	.442**	.486**	.387**	.362**	.324**	.379**	.368**	.451**	.304**	.357**	.366**	.280**	.254**	.310**	.366**	.238**	.346**	.380**	.320**	.648**			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P11	Pearson Correlation	.315**	.798**	.446**	.589**	.449**	.319**	.484**	.412**	.462**	.643**	1	.534**	.600**	.469**	.447**	.442**	.476**	.368**	.291**	.406**	.368**	.369**	.386**	.320**	.282**	.395**	.271**	.218**	.227**	.265**	.164**	.281**	.306**	.305**	.623**			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.010	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P12	Pearson Correlation	.262**	.462**	.406**	.444**	.721**	.353**	.587**	.378**	.793**	.473**	.534**	1	.649**	.566**	.565**	.490**	.445**	.383**	.377**	.329**	.213**	.327**	.415**	.374**	.418**	.398**	.398**	.317**	.353**	.297**	.310**	.327**	.333**	.319**	.663**			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P13	Pearson Correlation	.335**	.448**	.469**	.448**	.453**	.259**	.447**	.384**	.470**	.515**	.600**	.649**	1	.572**	.639**	.604**	.460**	.371**	.430**	.411**	.420**	.436**	.482**	.403**	.421**	.425**	.346**	.303**	.437**	.308**	.349**	.352**	.359**	.360**	.677**			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P14	Pearson Correlation	.338**	.478**	.337**	.512**	.572**	.401**	.500**	.377**	.639**	.616**	.469**	.566**	.572**	1	.703**	.586**	.628**	.526**	.437**	.409**	.338**	.529**	.556**	.440**	.463**	.479**	.449**	.479**	.376**	.386**	.345**	.412**	.495**	.486**	.738**			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P15	Pearson Correlation	.335**	.492**	.384**	.443**	.537**	.368**	.421**	.370**	.615**	.564**	.447**	.565**	.639**	.703**	1	.695**	.650**	.545**	.544**	.548**	.530**	.503**	.604**	.504**	.463**	.515**	.436**	.374**	.459**	.357**	.362**	.447**	.467**	.378**	.754**			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P16	Pearson Correlation	.332**	.409**	.347**	.356**	.449**	.286**	.332**	.316**	.500**	.442**	.442**	.490**	.604**	.586**	.695**	1	.642**	.605**	.620**	.539**	.517**	.458**	.439**	.530**	.520**	.509**	.402**	.414**	.458**	.423**	.420**	.453**	.462**	.480**	.717**			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245

P17	Pearson Correlation	.306**	.470**	.295**	.433**	.444**	.319**	.324**	.348**	.529**	.486**	.476**	.445**	.460**	.628**	.650**	.642**	1	.566**	.549**	.434**	.436**	.522**	.475**	.588**	.488**	.532**	.443**	.458**	.449**	.427**	.399**	.479**	.518**	.511**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P18	Pearson Correlation	.332**	.329**	.367**	.328**	.394**	.378**	.368**	.391**	.457**	.387**	.368**	.383**	.371**	.526**	.545**	.605**	.566**	1	.673**	.678**	.563**	.622**	.581**	.539**	.466**	.523**	.455**	.500**	.513**	.508**	.395**	.559**	.531**	.490**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P19	Pearson Correlation	.316**	.289**	.326**	.280**	.338**	.278**	.311**	.350**	.401**	.362**	.291**	.377**	.430**	.437**	.544**	.620**	.549**	.673**	1	.628**	.578**	.526**	.520**	.541**	.502**	.434**	.430**	.428**	.453**	.401**	.461**	.498**	.445**	.479**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P20	Pearson Correlation	.428**	.429**	.504**	.291**	.257**	.380**	.329**	.394**	.299**	.324**	.406**	.329**	.411**	.409**	.548**	.539**	.434**	.678**	1	.694**	.641**	.583**	.540**	.499**	.500**	.474**	.440**	.468**	.416**	.476**	.460**	.442**	.412**	.699**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P21	Pearson Correlation	.422**	.379**	.454**	.368**	.226**	.362**	.263**	.347**	.247**	.379**	.368**	.213**	.420**	.338**	.530**	.517**	.436**	.563**	.578**	.694**	1	.606**	.535**	.491**	.449**	.399**	.353**	.320**	.453**	.388**	.415**	.505**	.397**	.472**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P22	Pearson Correlation	.445**	.335**	.463**	.346**	.296**	.354**	.323**	.396**	.353**	.368**	.369**	.327**	.436**	.529**	.503**	.458**	.522**	.622**	.526**	.641**	.606**	1	.618**	.548**	.507**	.555**	.461**	.476**	.469**	.446**	.463**	.561**	.462**	.563**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P23	Pearson Correlation	.681**	.425**	.642**	.394**	.441**	.699**	.426**	.623**	.503**	.451**	.386**	.415**	.482**	.556**	.604**	.439**	.475**	.581**	.520**	.583**	.535**	.618**	1	.571**	.549**	.536**	.445**	.473**	.531**	.432**	.476**	.527**	.546**	.540**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P24	Pearson Correlation	.365**	.294**	.436**	.292**	.297**	.419**	.293**	.458**	.374**	.304**	.320**	.374**	.403**	.440**	.504**	.530**	.588**	.539**	.541**	.540**	.491**	.548**	.571**	1	.744**	.667**	.571**	.583**	.569**	.482**	.509**	.535**	.506**	.512**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245

P25	Pearson Correlation	.368**	.285**	.398**	.280**	.350**	.412**	.309**	.368**	.425**	.357**	.282**	.418**	.421**	.463**	.463**	.520**	.488**	.466**	.502**	.499**	.449**	.507**	.549**	.744**	1	.617**	.627**	.606**	.643**	.522**	.579**	.513**	.528**	.534**	.715**				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000			
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245		
P26	Pearson Correlation	.341**	.391**	.342**	.264**	.370**	.407**	.343**	.332**	.443**	.366**	.395**	.398**	.425**	.479**	.515**	.509**	.532**	.523**	.434**	.500**	.399**	.555**	.536**	.667**	.617**	1	.613**	.567**	.486**	.510**	.493**	.567**	.478**	.470**	.707**				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	
P27	Pearson Correlation	.308**	.268**	.344**	.228**	.288**	.378**	.291**	.330**	.383**	.280**	.271**	.398**	.346**	.449**	.436**	.402**	.443**	.455**	.430**	.474**	.353**	.461**	.445**	.571**	.627**	.613**	1	.562**	.562**	.492**	.473**	.453**	.531**	.531**	.460**	.642**			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	
P28	Pearson Correlation	.235**	.181**	.248**	.214**	.293**	.294**	.276**	.374**	.368**	.254**	.218**	.317**	.303**	.479**	.374**	.414**	.458**	.500**	.428**	.440**	.320**	.476**	.473**	.583**	.606**	.567**	.562**	1	.544**	.539**	.547**	.512**	.572**	.612**	.631**				
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	
P29	Pearson Correlation	.313**	.214**	.352**	.287**	.270**	.379**	.225**	.365**	.356**	.310**	.227**	.353**	.437**	.376**	.459**	.458**	.449**	.513**	.453**	.468**	.453**	.469**	.531**	.569**	.643**	.486**	.562**	.544**	1	.670**	.674**	.554**	.590**	.584**	.675**				
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P30	Pearson Correlation	.297**	.252**	.244**	.282**	.309**	.369**	.251**	.327**	.381**	.366**	.265**	.297**	.308**	.386**	.357**	.423**	.427**	.508**	.401**	.416**	.388**	.446**	.432**	.482**	.522**	.510**	.492**	.539**	.670**	1	.589**	.671**	.601**	.547**	.638**				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P31	Pearson Correlation	.298**	.163**	.360**	.261**	.246**	.349**	.229**	.422**	.311**	.238**	.164**	.310**	.349**	.345**	.362**	.420**	.399**	.395**	.461**	.476**	.415**	.463**	.476**	.509**	.579**	.493**	.473**	.547**	.674**	.589**	1	.644**	.619**	.585**	.635**				
	Sig. (2-tailed)	.000	.011	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.010	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P32	Pearson Correlation	.346**	.267**	.282**	.287**	.365**	.388**	.323**	.334**	.435**	.346**	.281**	.327**	.352**	.412**	.447**	.453**	.479**	.559**	.498**	.460**	.505**	.561**	.527**	.535**	.513**	.567**	.453**	.512**	.554**	.671**	.644**	1	.712**	.610**	.694**				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245

P33	Pearson Correlation	.336**	.281**	.304**	.293**	.299**	.386**	.242**	.388**	.372**	.380**	.306**	.333**	.359**	.495**	.467**	.462**	.518**	.531**	.445**	.442**	.397**	.462**	.546**	.506**	.528**	.478**	.531**	.572**	.590**	.601**	.619**	.712**	1	.640**	.686**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	
P34	Pearson Correlation	.418**	.249**	.392**	.305**	.313**	.451**	.317**	.453**	.388**	.320**	.305**	.319**	.360**	.486**	.378**	.480**	.511**	.490**	.479**	.412**	.472**	.563**	.540**	.512**	.534**	.470**	.460**	.612**	.584**	.547**	.585**	.610**	.640**	1	.694**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
TL	Pearson Correlation	.606**	.602**	.636**	.612**	.636**	.607**	.610**	.636**	.706**	.648**	.623**	.663**	.677**	.738**	.754**	.717**	.718**	.725**	.673**	.699**	.648**	.711**	.793**	.721**	.715**	.707**	.642**	.631**	.675**	.638**	.635**	.694**	.686**	.694**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																																					
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																																					

		Correlations																																				
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	TL		
P1	Pearson Correlation	1	.716**	.740**	.583**	.769**	.650**	.639**	.370**	.314**	.314**	.332**	.427**	.431**	.350**	.391**	.291**	.258**	.355**	.289**	.336**	.296**	.298**	.438**	.322**	.313**	.307**	.290**	.305**	.327**	.269**	.311**	.349**	.279**	.290**	.600**		
	Sig (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	
P2	Pearson Correlation	.716**	1	.751**	.695**	.696**	.787**	.730**	.355**	.395**	.395**	.458**	.436**	.441**	.362**	.395**	.298**	.229**	.314**	.268**	.323**	.326**	.297**	.459**	.318**	.257**	.232**	.213**	.244**	.247**	.215**	.227**	.328**	.245**	.286**	.602**		
	Sig (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P3	Pearson Correlation	.740**	.751**	1	.747**	.706**	.751**	.678**	.379**	.384**	.384**	.445**	.410**	.410**	.410**	.408**	.323**	.218**	.321**	.273**	.297**	.290**	.269**	.426**	.305**	.229**	.244**	.221**	.263**	.284**	.230**	.295**	.347**	.303**	.259**	.603**		
	Sig (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P4	Pearson Correlation	.583**	.695**	.747**	1	.601**	.705**	.626**	.395**	.393**	.393**	.530**	.447**	.436**	.414**	.388**	.339**	.243**	.346**	.258**	.347**	.362**	.317**	.499**	.337**	.263**	.305**	.276**	.249**	.304**	.226**	.314**	.325**	.354**	.278**	.613**		
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P5	Pearson Correlation	.769**	.696**	.706**	.601**	1	.669**	.531**	.240**	.328**	.328**	.329**	.462**	.469**	.361**	.422**	.295**	.285**	.345**	.291**	.358**	.322**	.278**	.450**	.320**	.304**	.326**	.331**	.324**	.350**	.270**	.348**	.400**	.315**	.372**	.610**		
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P6	Pearson Correlation	.650**	.787**	.751**	.705**	.669**	1	.745**	.405**	.413**	.413**	.518**	.421**	.427**	.410**	.412**	.300**	.258**	.316**	.287**	.337**	.289**	.273**	.484**	.316**	.247**	.251**	.239**	.248**	.256**	.239**	.213**	.328**	.273**	.230**	.609**		
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P7	Pearson Correlation	.639**	.730**	.678**	.626**	.531**	.745**	1	.614**	.301**	.301**	.436**	.336**	.357**	.395**	.402**	.341**	.273**	.375**	.326**	.386**	.386**	.347**	.388**	.334**	.249**	.345**	.279**	.306**	.317**	.277**	.312**	.377**	.338**	.282**	.614**		
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245

P8	Pearson Correlation	.370**	.355**	.379**	.395**	.240**	.405**	.614**	1	.373**	.373**	.488**	.479**	.454**	.522**	.683**	.498**	.404**	.431**	.439**	.462**	.410**	.403**	.542**	.379**	.354**	.385**	.339**	.311**	.379**	.374**	.437**	.346**	.421**	.350**	.627**	
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P9	Pearson Correlation	.314**	.395**	.384**	.393**	.328**	.413**	.301**	.373**	1	1.000**	.805**	.798**	.673**	.492**	.461**	.455**	.379**	.350**	.400**	.411**	.382**	.356**	.782**	.409**	.406**	.340**	.352**	.314**	.298**	.288**	.271**	.298**	.251**	.377**	.653**	
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P10	Pearson Correlation	.314**	.395**	.384**	.393**	.328**	.413**	.301**	.373**	1.000**	1	.805**	.798**	.673**	.492**	.461**	.455**	.379**	.350**	.400**	.411**	.382**	.356**	.782**	.409**	.406**	.340**	.352**	.314**	.298**	.288**	.271**	.298**	.251**	.377**	.653**	
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P11	Pearson Correlation	.332**	.458**	.445**	.530**	.329**	.518**	.436**	.488**	.805**	.805**	1	.719**	.598**	.534**	.521**	.492**	.432**	.381**	.415**	.418**	.416**	.360**	.788**	.426**	.387**	.380**	.345**	.307**	.336**	.297**	.302**	.260**	.327**	.355**	.682**	
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P12	Pearson Correlation	.427**	.436**	.410**	.447**	.462**	.421**	.336**	.479**	.798**	.798**	.719**	1	.831**	.596**	.628**	.597**	.481**	.465**	.529**	.529**	.497**	.463**	.948**	.533**	.513**	.479**	.475**	.422**	.433**	.357**	.439**	.398**	.359**	.542**	.777**	
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P13	Pearson Correlation	.431**	.441**	.410**	.436**	.469**	.427**	.357**	.454**	.673**	.673**	.598**	.831**	1	.649**	.617**	.632**	.462**	.380**	.569**	.589**	.512**	.532**	.801**	.504**	.523**	.417**	.424**	.453**	.399**	.379**	.481**	.421**	.412**	.543**	.760**	
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P14	Pearson Correlation	.350**	.362**	.410**	.414**	.361**	.410**	.395**	.522**	.492**	.492**	.534**	.596**	.649**	1	.755**	.462**	.515**	.586**	.568**	.554**	.469**	.514**	.621**	.504**	.454**	.536**	.537**	.477**	.494**	.552**	.487**	.384**	.397**	.483**	.735**	
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245

P15	Pearson Correlation	.391**	.395**	.408**	.388**	.422**	.412**	.402**	.683**	.461**	.461**	.521**	.628**	.617**	.755**	1	.500**	.537**	.560**	.543**	.469**	.447**	.431**	.647**	.422**	.426**	.502**	.458**	.442**	.520**	.483**	.500**	.357**	.427**	.414**	.723**		
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	
P16	Pearson Correlation	.291**	.298**	.323**	.339**	.295**	.300**	.341**	.498**	.455**	.455**	.492**	.597**	.632**	.462**	.500**	1	.509**	.522**	.627**	.695**	.693**	.728**	.619**	.688**	.651**	.613**	.542**	.619**	.657**	.561**	.689**	.587**	.633**	.710**	.779**		
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P17	Pearson Correlation	.258**	.229**	.218**	.243**	.285**	.258**	.273**	.404**	.379**	.379**	.432**	.481**	.462**	.515**	.537**	.509**	1	.689**	.660**	.539**	.470**	.417**	.496**	.383**	.490**	.533**	.559**	.532**	.576**	.589**	.517**	.349**	.559**	.483**	.664**		
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P18	Pearson Correlation	.355**	.314**	.321**	.346**	.345**	.316**	.375**	.431**	.350**	.350**	.381**	.465**	.380**	.586**	.560**	.522**	.689**	1	.740**	.624**	.572**	.547**	.473**	.503**	.632**	.589**	.676**	.556**	.706**	.709**	.538**	.472**	.709**	.478**	.742**		
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P19	Pearson Correlation	.289**	.268**	.273**	.258**	.291**	.287**	.326**	.439**	.400**	.400**	.415**	.529**	.569**	.568**	.543**	.627**	.660**	.740**	1	.656**	.541**	.547**	.548**	.534**	.674**	.571**	.727**	.686**	.730**	.797**	.548**	.509**	.692**	.558**	.765**		
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P20	Pearson Correlation	.336**	.323**	.297**	.347**	.358**	.337**	.386**	.462**	.411**	.411**	.418**	.529**	.589**	.554**	.469**	.695**	.539**	.624**	.656**	1	.747**	.722**	.529**	.642**	.688**	.624**	.557**	.629**	.646**	.624**	.665**	.560**	.571**	.662**	.780**		
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P21	Pearson Correlation	.296**	.326**	.290**	.362**	.322**	.289**	.386**	.410**	.382**	.382**	.416**	.497**	.512**	.469**	.447**	.693**	.470**	.572**	.541**	.747**	1	.758**	.494**	.687**	.586**	.578**	.508**	.498**	.534**	.496**	.642**	.490**	.563**	.620**	.722**		
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245

P22	Pearson Correlation	.298**	.297**	.269**	.317**	.278**	.273**	.347**	.403**	.356**	.356**	.360**	.463**	.532**	.514**	.431**	.728**	.417**	.547**	.547**	.722**	.758**	1	.452**	.709**	.596**	.543**	.507**	.495**	.512**	.575**	.590**	.511**	.476**	.640**	.703**	
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P23	Pearson Correlation	.438**	.459**	.426**	.499**	.450**	.484**	.388**	.542**	.782**	.782**	.788**	.948**	.801**	.621**	.647**	.619**	.496**	.473**	.548**	.529**	.494**	.452**	1	.535**	.517**	.506**	.482**	.460**	.448**	.388**	.459**	.383**	.392**	.518**	.798**	
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P24	Pearson Correlation	.322**	.318**	.305**	.337**	.320**	.316**	.334**	.379**	.409**	.409**	.426**	.533**	.504**	.504**	.422**	.688**	.383**	.503**	.534**	.642**	.687**	.709**	.535**	1	.724**	.627**	.556**	.562**	.606**	.566**	.677**	.529**	.499**	.717**	.735**	
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P25	Pearson Correlation	.313**	.257**	.229**	.263**	.304**	.247**	.249**	.354**	.406**	.406**	.387**	.513**	.523**	.454**	.426**	.651**	.490**	.632**	.674**	.688**	.586**	.596**	.517**	.724**	1	.563**	.657**	.543**	.636**	.683**	.574**	.466**	.657**	.620**	.724**	
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P26	Pearson Correlation	.307**	.232**	.244**	.305**	.326**	.251**	.345**	.385**	.340**	.340**	.380**	.479**	.417**	.536**	.502**	.613**	.533**	.589**	.571**	.624**	.578**	.543**	.506**	.627**	.563**	1	.650**	.696**	.700**	.646**	.639**	.544**	.471**	.627**	.717**	
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P27	Pearson Correlation	.290**	.213**	.221**	.276**	.331**	.239**	.279**	.339**	.352**	.352**	.345**	.475**	.424**	.537**	.458**	.542**	.559**	.676**	.727**	.557**	.508**	.507**	.482**	.556**	.657**	.650**	1	.598**	.721**	.752**	.549**	.479**	.651**	.570**	.708**	
	Sig (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P28	Pearson Correlation	.305**	.244**	.263**	.249**	.324**	.248**	.306**	.311**	.314**	.314**	.307**	.422**	.453**	.477**	.442**	.619**	.532**	.556**	.686**	.629**	.498**	.495**	.460**	.562**	.543**	.696**	.598**	1	.750**	.684**	.620**	.601**	.561**	.648**	.700**	
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P29	Pearson Correlation	.327**	.247**	.284**	.304**	.350**	.256**	.317**	.379**	.298**	.298**	.336**	.433**	.399**	.494**	.520**	.657**	.576**	.706**	.730**	.646**	.534**	.512**	.448**	.606**	.636**	.700**	.721**	.750**	1	.794**	.673**	.572**	.777**	.619**	.749**	
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245

P30	Pearson Correlation	.269**	.215**	.230**	.226**	.270**	.239**	.277**	.374**	.288**	.288**	.297**	.357**	.379**	.552**	.483**	.561**	.589**	.709**	.797**	.624**	.496**	.575**	.388**	.566**	.683**	.646**	.752**	.684**	.794**	1	.568**	.505**	.678**	.579**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P31	Pearson Correlation	.311**	.227**	.295**	.314**	.348**	.213**	.312**	.437**	.271**	.271**	.302**	.439**	.481**	.487**	.500**	.689**	.517**	.538**	.548**	.665**	.642**	.590**	.459**	.677**	.574**	.639**	.549**	.620**	.673**	.568**	1	.584**	.650**	.706**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P32	Pearson Correlation	.349**	.328**	.347**	.325**	.400**	.328**	.377**	.346**	.298**	.298**	.260**	.398**	.421**	.384**	.357**	.587**	.349**	.472**	.509**	.560**	.490**	.511**	.383**	.529**	.466**	.544**	.479**	.601**	.572**	.505**	.584**	1	.489**	.576**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P33	Pearson Correlation	.279**	.245**	.303**	.354**	.315**	.273**	.338**	.421**	.251**	.251**	.327**	.359**	.412**	.397**	.427**	.633**	.559**	.709**	.692**	.571**	.563**	.476**	.392**	.499**	.657**	.471**	.651**	.561**	.777**	.678**	.650**	.489**	1	.563**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
P34	Pearson Correlation	.290**	.286**	.259**	.278**	.372**	.230**	.282**	.350**	.377**	.377**	.355**	.542**	.543**	.483**	.414**	.710**	.483**	.478**	.558**	.662**	.620**	.640**	.518**	.717**	.620**	.627**	.570**	.648**	.619**	.579**	.706**	.576**	.563**	1	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
TL	Pearson Correlation	.600**	.602**	.603**	.613**	.610**	.609**	.614**	.627**	.653**	.653**	.682**	.777**	.760**	.735**	.723**	.779**	.664**	.742**	.765**	.780**	.722**	.703**	.798**	.735**	.724**	.717**	.708**	.700**	.749**	.709**	.713**	.648**	.692**	.725**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245

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

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

Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas Harapan dan Persepsi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	245	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	245	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.965	34

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	245	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	245	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.969	34

