

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1. Latar Belakang Masalah**

Pada era informasi yang modern seperti saat ini, kebutuhan masyarakat terhadap informasi dan media edukasi merupakan hal yang penting dan menjadi tantangan tersendiri bagi penyedia jasa informasi dan edukasi yang ada khususnya perpustakaan. Lembaga pendidikan seperti perguruan tinggi negeri yang bergerak di bidang edukasi dan informasi juga tidak luput dari perkembangan informasi yang cepat dan tuntutan untuk meningkatkan pelayanan di bidang pendidikan. Untuk itu perpustakaan perguruan tinggi dinilai mempunyai andil yang besar dalam melakukan pelayanan informasi. Hal tersebut membuat perpustakaan perguruan tinggi negeripun meningkatkan kinerjanya dalam hal pelayanan pendidikan dan informasi yang dibutuhkan masyarakat khususnya insan akademik.

Pelayanan merupakan suatu bentuk kegiatan sosial untuk membantu orang lain dan mempunyai tujuan membangun kerja sama antar pihak dalam jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan antar pihak terkait. Pelayanan yang bagus adalah pelayanan yang dapat memahami keinginan dan kebutuhan konsumen serta berusaha untuk memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Perpustakaan perguruan tinggi negeri juga harus berupaya ikut serta meningkatkan kualitas layanan yang

mereka berikan, karena kualitas pelayanan pengguna merupakan usaha yang dapat meningkatkan citra konsumen khususnya mahasiswa.

Perpustakaan perguruan tinggi memiliki beberapa jenis koleksi, tidak hanya buku materi perkuliahan saja tetapi juga beberapa diantaranya berjejer koleksi yang tidak diterbitkan untuk umum, yang biasa disebut dengan literatur abu-abu atau grey literature. Grey Literature (literatur abu-abu) merupakan salah satu jenis koleksi di perpustakaan perguruan tinggi yang terdiri dari laporan penelitian atau dokumen-dokumen yang merupakan hasil kajian karya ilmiah, makalah seminar, terbitan pemerintah.

Pada lapangan seringkali ditemui ketidakpuasan layanan grey literature pada perpustakaan perguruan tinggi. Misalnya saja pada perpustakaan Universitas Negeri Surabaya, menurut beberapa sumber yang ditemui langsung di lapangan mereka merasa kurang puas dengan kualitas layanan grey literature disana. Petugas yang ada disana cenderung tidak mempedulikan tatanan koleksi grey literature. Akibatnya adalah koleksi menjadi acak-acakan dan sulit untuk penemuan kembali.

Lokasi penelitian ini adalah perpustakaan perguruan tinggi negeri yang ada di Surabaya. Penentuan lokasi penelitian ini dengan pertimbangan bahwa Perpustakaan Perguruan Tinggi sebagai wadah untuk menyimpan semua informasi yang dibutuhkan oleh semua warga dilingkungannya terutama mahasiswa untuk menunjang kegiatan belajar. Dan dipilihnya perguruan tinggi negeri sebagai objeknya dikarenakan perpustakaan perguruan tinggi negeri diharapkan lebih maju dalam

memberikan pelayanan kepada para penggunanya yang sebagian besar merupakan generasi penerus bangsa yang terbaik. Dikarenakan harapan hasil penelitian ini memberikan manfaat kepada para pengguna beserta perpustakaan perguruan tinggi negeri di Surabaya untuk meningkatnya kualitas layanan seperti apa yang diharapkan oleh pengguna.

Peneliti terdahulu menganalisis kesesuaian antara harapan dan persepsi pengguna mengenai kualitas layanan arsip. Dengan menggunakan teori kualitas layanan, harapan dan persepsi pengguna. Obyek penelitian yang digunakan yaitu mahasiswa sejarah dengan menggunakan uji statistik tes ranking bertanda Wilcoxon yang mendapatkan hasil bahwa tidak ada kesesuaian antara harapan dan persepsi pengguna mengenai kualitas layanan arsip di Baperpusip Jatim.

## **I.2. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah tersebut diatas, maka dapat dibuatkan rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Apakah ada kesesuaian antara harapan pengguna dan persepsi pengguna layanan grey literature pada Perpustakaan Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya sebagai lembaga akademik yang meliputi penilaian kualitas layanan yang berpengaruh kepada kepuasan pengguna ?

## **I.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Suatu penelitian yang dilakukan pasti mempunyai tujuan yang ingin dicapai dan manfaat yang akan dirasakan oleh semua pihak maupun elemen yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Berikut adalah uraian tujuan dan manfaat dari penelitian ini.

### **I.3.1. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang telah dirumuskan tersebut diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui mengenai ada atau tidaknya kesesuaian antara harapan pengguna dan persepsi pengguna mengenai kinerja petugas layanan grey literature di perpustakaan perguruan tinggi negeri di Surabaya sebagai lembaga akademik yang meliputi penilaian kualitas layanan.

### **I.3.2. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini selain mempunyai tujuan yang ingin dicapai, terdapat pula manfaat-manfaat yang ingin diberikan, yaitu :

#### **1. Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan untuk mampu memberikan kontribusi pada pengembangan keilmuan terutama pada Program Studi Ilmu Informasi dan Perpustakaan terlebih pada mata ajaran Pelayanan Jasa Informasi.

#### **2. Secara Praktis**

Hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan tambahan informasi yang bermanfaat untuk lembaga terkait yakni perpustakaan perguruan tinggi negeri di Surabaya sebagai lokasi penelitian untuk lebih mengembangkan konsep layanannya sehingga mencapai kepuasan dari para pengguna layanan grey literature itu sendiri.

#### **I.4. Kerangka Teori / Landasan Konseptual**

##### **Kualitas Layanan**

Dalam penyampaian jasa dibutuhkan kontak atau interaksi antara pelanggan dan penyedia jasa. Kualitas jasa bersangkutan akan ditentukan oleh proses interaksi dan komunikasi yang berlangsung selama proses penyampaian jasa. Pelanggan ikut berperan dalam proses penciptaan nilai dan kualitas, sehingga turut bertanggung jawab atas kualitas akhir jasa bersangkutan. Suatu jasa bisa terhindar dari iskomunikasi yang berujung pada buruknya kualitas yang dipersepsikan pelanggan, dibutuhkan komunikasi dan kriteria kualitas yang jelas.

Kualitas jasa atau kualitas layanan berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, positioning, dan startegi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa. Perspektif pengukuran kualitas jasa dapat dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu internal dan eksternal. Kualitas berdasarkan perspektif internal diartikan sebagai zero defect atau kesesuaian dengan persyaratan), sedangkan perspektif eksternal memahami kualitas berdasarkan persepsi pelanggan, ekspektasi pelanggan, kepuasan pelanggan, sikap pelanggan dan customer delight ( Sachdev & Verma, 2004) dalam Tjiptono.

Berdasarkan perspektif TQM (Total Quality Management), kualitas dipandang secara lebih komprehensif atau holistic, dimana bukan hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses dan lingkungan dan

sumber daya manusia. Perspektif ini dirumuskan secara rinci oleh Goetsch & Davis (1994) dalam Tjiptono, yang mendefinisikan kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Lewis & Booms (1983) merupakan pakar yang pertama kali mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan (*perceived service*) (Parasuraman, et al., 1985) dalam Tjiptono. Apabila *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas jasa bersangkutan akan dipersepsikan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas jasa dipersepsikan *negative* atau buruk. Oleh sebab itu baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

### **Harapan/Ekspektasi Pelanggan**

Dalam konteks kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan, telah dicapai konsensus bahwa harapan pelanggan (customer expectation) memainkan peran penting sebagai standar perbandingan dalam mengevaluasi kualitas maupun kepuasan. Menurut Olson dan Dover (dikutip dalam Zeithaml, et al., 1993) dalam Tjiptono harapan/ekspektasi pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk bersangkutan. Kendati demikian, konseptualisasi dan operasionalisasi harapan pelanggan masih menjadi isu kontroversial, terutama menyangkut karakteristik standar harapan spesifik, jumlah standar yang digunakan dan sumber harapan. Setiap konsumen mungkin saja memiliki beberapa harapan pra konsumsi yang berbeda. Selain konsumen yang berbeda bisa pula menerapkan tipe harapan yang berbeda untuk situasi yang berbeda.

### **Persepsi**

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1997: 564) dalam Tjiptono. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa, pelanggan merupakan orang yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan. Pelangganlah yang

mengonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa.

Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa (Tjiptono, 2007). Namun perlu diperhatikan, bahwa kinerja jasa sering kali tidak konsisten. Hal ini menyebabkan pelanggan menggunakan isyarat/petunjuk intrinsik dan syarat ekstrinsik sebagai acuan/pedoman dalam mengevaluasi kualitas jasa.

Isyarat intrinsik berkaitan dengan output dan penyampaian jasa itu sendiri. Pelanggan akan bergantung pada isyarat ini apabila berada ditempat pembelian atau jika isyarat intrinsik tersebut merupakan search quality dan memiliki nilai prediktif yang tinggi. Sedangkan yang dimaksud dengan isyarat ekstrinsik adalah unsur-unsur yang merupakan pelengkap bagi suatu jasa. Isyarat ini dipergunakan dalam mengevaluasi jasa jika dalam menilai syarat intrinsik diperlukan banyak waktu dan usaha. Isyarat ekstrinsik juga dipergunakan sebagai indikator kualitas jasa apabila tidak ada informasi isyarat intrinsik yang memadai.

### **Kualitas Layanan (ServQual)**

Model ini sangat berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang sebagian besar didasarkan pada pendekatan diskonfirmasi (Oliver, 1997) pada Tjiptono 2009. Dalam pendekatan ini ditegaskan bahwa bila kinerja pada suatu atribut (attribute performance) meningkat lebih besar daripada harapan (expectation) atas atribut yang bersangkutan, maka kepuasan dan kualitas jasa pun akan meningkat. Begitu pula sebaliknya. Model ServQual meliputi analisis terhadap 5 gap yang berpengaruh terhadap kualitas jasa.

- Gap pertama adalah kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen terhadap harapan pelanggan (knowledge gap).
- Gap kedua berupa perbedaan antara persepsi manajemen terhadap konsumen dan spesifikasi kualitas jasa (standards gap).
- Gap ketiga berupa perbedaan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (delivery gap).
- Gap keempat berupa perbedaan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal (communications gap).
- Gap kelima adalah kesenjangan antara jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan (service gap). Gap kelima ini berkaitan dengan perspektif pelanggan terhadap lima dimensi kualitas jasa, yakni reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.

Model ServQual dibangun berdasarkan asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja atribut jasa dengan standar ideal/sepurna untuk masing-masing atribut tersebut. Bila kinerja atribut tersebut melampaui standar, maka persepsi atas kualitas jasa keseluruhan akan meningkat dan sebaliknya. Dan bisa ditarik kesimpulan bahwa model ini menganalisis gap antara dua variabel pokok, yakni jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan.

### **Dimensi Kualitas Jasa**

Pengukuran kualitas jasa dalam model ServQual didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap diantara keduanya dalam dimensi-dimensi utama kualitas jasa. Terdapat 5 dimensi utama yaitu :

1. Reliabilitas, berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya Tanggap, berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat.
3. Jaminan, yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa

menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

4. Empati, berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti fisik, berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material, yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

#### **Pengukuran Gap 5**

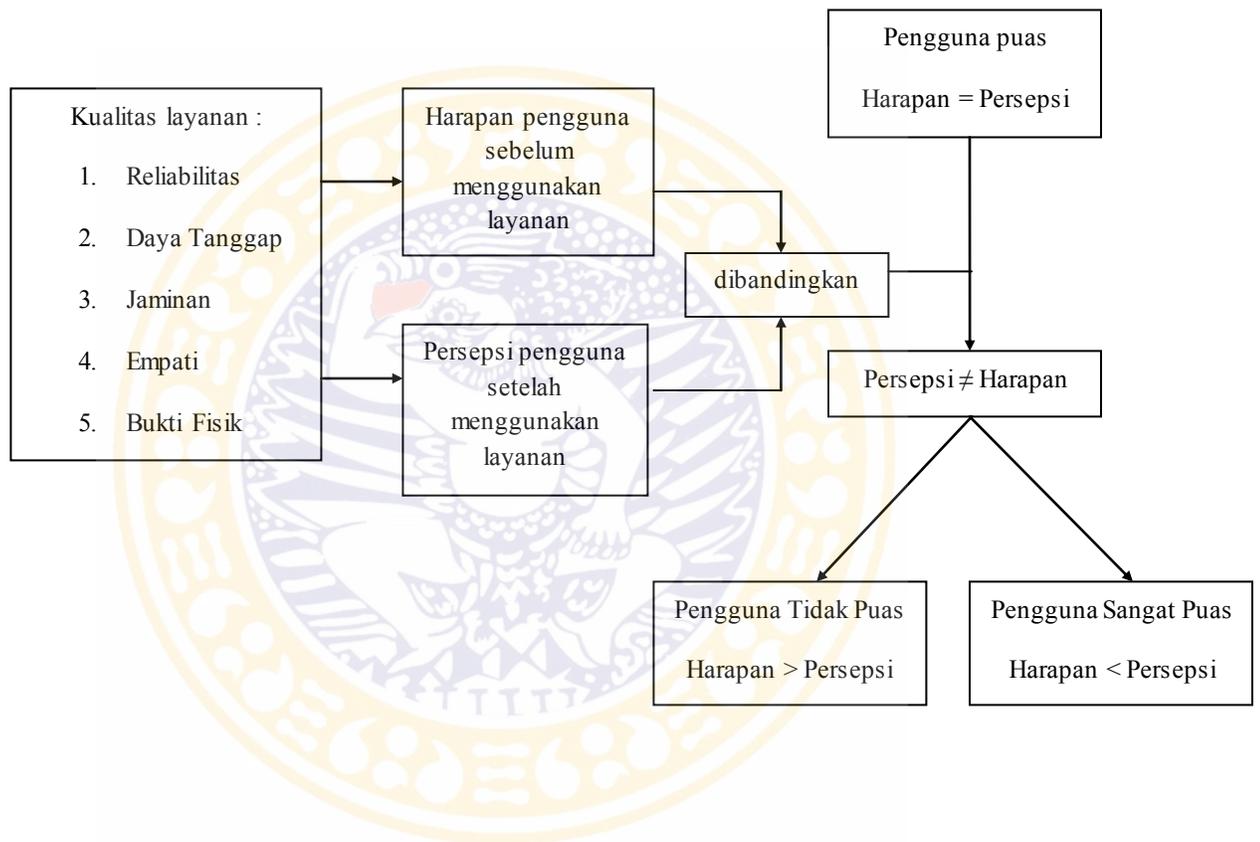
Penilaian kualitas jasa menggunakan model ServQual mencakup perhitungan perbedaan antara nilai yang diberikan para pelanggan untuk setiap pasang pernyataan berkaitan dengan harapan dan persepsi. Skor ServQual untuk setiap pasang pernyataan, bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus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

$$\text{Skor ServQual} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan}$$

### I.4.1 Kerangka Berpikir

Gambar I.1

#### Model Kerangka Berpikir



## **I.5. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional**

### **I.5.1. Definisi Konseptual**

#### **1. Kualitas Layanan**

Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan (*perceived service*) (Parasuraman, et al., 1985) dalam Tjiptono. Apabila *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas jasa bersangkutan akan dipersepsikan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas jasa dipersepsikan negative atau buruk. Oleh sebab itu baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

#### **2. Harapan/Ekspektasi Pelanggan**

Harapan/ekspektasi pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau

acuan dalam menilai kinerja produk bersangkutan. Setiap konsumen mungkin saja memiliki beberapa harapan pra konsumsi yang berbeda. Selain konsumen yang berbeda bisa pula menerapkan tipe harapan yang berbeda untuk situasi yang berbeda.

### **3. Persepsi**

Citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa, pelanggan merupakan orang yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa.

Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa (Tjiptono, 2007). Namun perlu diperhatikan, bahwa kinerja jasa sering kali tidak konsisten. Hal ini menyebabkan pelanggan menggunakan isyarat/petunjuk intrinsik yaitu yang berkaitan dengan output dan penyampaian jasa itu sendiri dan syarat ekstrinsik yaitu unsur-unsur pelengkap suatu jasa sebagai acuan/pedoman dalam mengevaluasi kualitas jasa.

### **4. Kualitas Layanan (ServQual)**

Model ini sangat berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang sebagian besar didasarkan pada pendekatan diskonfirmasi (Oliver,

1997). Dalam pendekatan ini ditegaskan bahwa bila kinerja pada suatu atribut (attribute performance) meningkat lebih besar daripada harapan (expectation) atas atribut yang bersangkutan, maka kepuasan dan kualitas jaspun akan meningkat. Begitu pula sebaliknya.

Model ServQual meliputi analisis terhadap 5 gap yang berpengaruh terhadap kualitas jasa.

- Gap pertama adalah kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen terhadap harapan pelanggan (knowledge gap).
- Gap kedua berupa perbedaan antara persepsi manajemen terhadap konsumen dan spesifikasi kualitas jasa.(standards gap).
- Gap ketiga berupa perbedaan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (delivery gap).
- Gap keempat berupa perbedaan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal (communications gap).
- Gap kelima adalah kesenjangan antara jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan (servic gap). Gap kelima ini berkaitan dengan perspektif pelanggan terhadap lima dimensi kulaitas jasa, yakni reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.

Model ServQual dibangun berdasarkan asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja atribut jasa dengan standar ideal/sempurna untuk masing-masing atribut tersebut. bila kinerja atribut tersebut melampaui

standar, maka persepsi atas kualitas jasa keseluruhan akan meningkat dan sebaliknya. Dan bisa ditarik kesimpulan bahwa model ini menganalisis gap antara dua variabel pokok, yakni jasa yang diharapkan dan ajasa yang dipersepsikan.

### **Dimensi Kualitas Jasa**

Pengukuran kualitas jasa dalam model ServQual didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap diantara keduanya dalam dimensi-dimensi utama kualitas jasa. Terdapat 5 dimensi utama yaitu :

1. Reliabilitas, berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya tanggap, berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat.
3. Jaminan, yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan

dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

4. Empati, berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti fisik, berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material, yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

#### **Pengukuran Gap 5**

Penilaian kualitas jasa menggunakan model ServQual mencakup perhitungan perbedaan diantara nilai yang diberikan para pelanggan untuk setiap pasang pernyataan berkaitan dengan harapan dan persepsi. Skor ServQual untuk setiap pasang pernyataan, bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus berikut :

$$\text{Skor ServQual} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan}$$

### I.5.2. Definisi Operasional

Menurut Olson dan Dover (dikutip dalam Zeithaml, et al., 1993) dalam Tjiptono harapan/ekspektasi pelanggan merupakan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk bersangkutan. Jadi, harapan pengguna merupakan keyakinan pengguna yang meliputi lima dimensi yaitu dimensi reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik atas kualitas layanan sebelum menggunakan layanan grey literature.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1997: 564) dalam Tjiptono. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Jadi persepsi pengguna adalah penilaian pengguna yang meliputi dimensi reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik atas kualitas layanan setelah menggunakan layanan grey literature.

Kelima dimensi tersebut dijadikan sebagai variabel kontrol, sebagai berikut :

- **Variabel Kontrol 1 (Reliabilitas)**

**Indikator Penilaian** : kemampuan layanan grey literature untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat

kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

**Item :**

- a. Layanan grey literature mampu menyampaikan jasanya secara benar sejak awal.
- b. Layanan grey literature mampu menyampaikan jasanya secara benar sejak awal dengan menggunakan bantuan media penelusur yang baik
- c. Kecepatan akses adalah seberapa cepat pengguna menemukan koleksi yang dicari

• **Variabel Kontrol 2 (Daya Tanggap)**

**Indikator Penilaian :** berkenaan dengan ketersediaan dan kemampuan layanan grey literature untuk membantu para pengguna dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

**Item :**

- a. Layanan yang diberikan mudah dan cepat
- b. Bahasa adalah jenis bahasa yang disediakan oleh layanan grey literature.
- c. Fasilitas penggandaan adalah fasilitas yang disediakan untuk menggandakan maupun mencetak koleksi Grey Literature (fotokopi dan print out).

- d. Kemudahan adalah kemudahan dalam menggunakan media penelusuran (katalog, buku induk).
- e. Kesediaan untuk membantu pengguna adalah kesediaan petugas untuk membantu pengguna dalam menggunakan layanan grey literature.
- f. Waktu respon adalah kecepatan waktu media penelusuran beserta penempatan koleksi yang dengan cepat digunakan dan dijangkau oleh pengguna.

- **Variabel Kontrol 3 (Jaminan)**

**Indikator Penilaian** : perilaku yang mampu menumbuhkan kepercayaan pengguna terhadap layanan grey literature serta dapat menciptakan rasa aman bagi penggunanya.

**Item** :

- a. Tingkat kesuksesan mendapatkan informasi adalah ukuran keberhasilan dalam mendapatkan informasi yang diinginkan pengguna.
- b. Kualitas informasi adalah informasi yang terdapat dalam layanan Grey literature mampu memenuhi atau melebihi harapan pengguna.
- c. Layanan grey literature diberikan dengan memperhatikan kenyamanan pengguna.
- d. Pengetahuan petugas layanan adalah kemampuan/pengetahuan yang dimiliki petugas layanan dalam menjawab pertanyaan.

- e. Kesopanan petugas layanan adalah sikap petugas layanan yang sopan/ramah kepada pengguna.
- f. Kredibilitas merupakan hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada layanan Grey Literature seperti reputasi, prestasi, dll.
- g. Prosedur administrasi dalam mengakses layanan grey literature.

- **Variabel Kontrol 4 (Empati)**

**Indikator Penilaian** : layanan grey literature memahami masalah para pengguna dan bertindak demi kepentingan pengguna, serta memberikan perhatian personal kepada para pengguna dan memiliki jam operasi yang nyaman.

**Item :**

- a. Kontak adalah pengguna bisa berbicara dengan staf layanan baik secara online, langsung, atau melalui telepon.
- b. Perhatian adalah petugas memperlakukan pengguna dengan penuh perhatian.
- c. Komunikasi adalah petugas menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan mudah dipahami dalam memberikan informasi dan saran-saran.
- d. Waktu/jam kerja layanan grey literature.

- **Variabel Kontrol 5 (Bukti Fisik)**

**Indikator Penilaian** : berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik grey literature, perlengkapan dan material yang digunakan oleh layanan serta tampilan fisik layanan.

**Item :**

- a. Gedung dan ruang layanan grey literature.
- b. Kemudahan menjangkau lokasi layanan grey literature.
- c. Peralatan penunjang yang disediakan untuk mengakses layanan grey literature menyangkut alat untuk mengakses.
- d. Penampilan dari petugas grey literature.
- e. Sarana dan Prasarana penunjang adalah sarana-prasarana yang disediakan untuk pemanfaatan layanan grey literature menyangkut ruang baca, toilet, tempat parkir, tempat ibadah, meja dan kursi baca, tempat penggandaan (foto copy, print), serta tempat tunggu.

Pernyataan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert lima tingkat. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju, skor 2 untuk jawaban tidak setuju, skor 3 untuk jawaban cukup setuju, skor 4 untuk jawaban setuju dan skor 5 untuk jawaban sangat setuju pada masing-masing kolom jawaban mengenai tingkat harapan pengguna maupun tingkat persepsi pengguna.

### **I.5.3. Hipotesis Penelitian**

Dengan judul Analisa Kesesuaian Harapan dan Persepsi Pengguna (Mahasiswa) Mengenai Kualitas Layanan Grey Literature Pada Perpustakaan Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

$H_0 : d = 0$  ; atau Ada kesesuaian antara harapan pengguna dan persepsi pengguna mengenai Kualitas Layanan Grey Literature

$H_1 : d \neq 1$  ; atau Tidak ada kesesuaian antara harapan dan persepsi pengguna mengenai kualitas layanan grey literature

- a. Harapan lebih rendah dari persepsi pengguna mengenai kualitas layanan grey literature.
- b. Harapan lebih tinggi dari persepsi pengguna mengenai kualitas layanan grey literature.

### **I.6. Metode dan Prosedur Penelitian**

#### **I.6.1. Pendekatan dan Fokus Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat eksplanatif. Pendekatan kuantitatif adalah ilmu atau seni yang berkaitan dengan tata cara (metode) pengumpulan data, analisa data, dan interpretasi hasil analisa untuk mendapatkan informasi guna penarikan kesimpulan.

#### **I.6.2. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang dipilih dalam penelitian ini dengan menggunakan metode survei. Survei bermaksud untuk mengetahui status gejala dan menentukan

kesamaan status dengan cara membandingkannya dengan standar yang sudah dipilih atau ditentukan (Arikunto, 1989:84). Survei merupakan tipe pendekatan dalam penelitian yang ditujukan pada sejumlah besar individu atau kelompok unit yang diteliti apakah individu atau kelompok, jumlahnya relatif besar. Pada survei, fokus perhatiannya hanya ditujukan ke beberapa variabel saja, dikarenakan unit yang ditelaahnya dalam jumlah besar.

Dengan survei, peneliti ingin menggambarkan karakteristik tertentu dari suatu populasi, entah itu berkenaan dengan sikap, tingkah laku, atau aspek sosial lainnya. Variabel yang diteliti disesuaikan dengan karakteristik yang menjadi fokus perhatian dalam survei tersebut. Oleh karena itu maka individu atau kelompok yang diteliti harus bisa mewakili populasi (representatif). Generalisasi pada survei berlaku bagi seluruh populasi. Survei bisa digunakan untuk tujuan-tujuan deskriptif dan juga untuk tujuan-tujuan eksplanasi. Bila digunakan untuk tujuan eksplanasi, maka harus sampai pada pengujian hubungan antarvariabel.

### **I.6.3. Lokasi Penelitian**

Lokasi yang dijadikan sebagai tempat penelitian adalah perpustakaan perguruan tinggi negeri di Surabaya. Menurut data yang diperoleh dari website Dikti yaitu [www.dikti.go.id/id/direktori-pt/daftar-perguruan-tinggi-negeri/](http://www.dikti.go.id/id/direktori-pt/daftar-perguruan-tinggi-negeri/) per tahun 2011 menunjukkan bahwa terdapat 5 Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya, yaitu Universitas Airlangga, Universitas Negeri Surabaya, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya, dan Politeknik Elektronika

Negeri Surabaya. Kabar berita dari website Dikti mengatakan bahwa direncanakan pada tanggal 6 Oktober 2014 akan diadakan penyerahan aset BMN dari Kemhan kepada Kemdikbud yang merupakan salah satu tahapan dalam proses penegerian Universitas Pembangunan Negara (UPN) Veteran Jakarta, Yogyakarta, dan Jawa Timur oleh Presiden Republik Indonesia. Oleh sebab itu, lokasi penelitian bertambah 1 perpustakaan perguruan tinggi negeri di Surabaya yaitu Perpustakaan Universitas Pembangunan Negara (UPN) Surabaya, Jawa Timur.

Penentuan lokasi penelitian ini dengan pertimbangan bahwa Perpustakaan Perguruan Tinggi sebagai wadah untuk menyimpan semua informasi yang dibutuhkan oleh semua warga dilingkungannya terutama mahasiswa untuk menunjang kegiatan belajar mahasiswa. Dan dipilihnya perpustakaan perguruan tinggi negeri dikarenakan perguruan tinggi negeri dinilai mempunyai kualitas yang lebih dibandingkan dengan perguruan tinggi yang lain yang ada di Surabaya. Oleh karena itu peneliti berharap bahwa dengan meneliti di perpustakaan perguruan tinggi negeri di Surabaya mampu memberikan gambaran mengenai kualitas layanan grey literature yang disediakan oleh perpustakaan perguruan tinggi negeri di Surabaya.

#### **I.6.4. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel**

##### **I.6.4.1. Populasi**

Populasi menurut Arikunto (1989) adalah keseluruhan subyek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa yang menggunakan layanan grey literature pada ke 6 Perpustakaan Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya.

Untuk itu diputuskan yang menjadi sampel penelitian ini adalah mahasiswa dari ke 5 perpustakaan perguruan tinggi negeri di Surabaya yaitu Universitas Negeri Surabaya, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya, Politeknik Elektronika Negeri Surabaya dan Universitas Pembangunan Negara (UPN) Surabaya, Jawa Timur.

#### **I.6.4.2. Sampel**

Sampel menurut Arikunto (1989:120) adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian responden yang telah ditentukan sebagai wakil populasi dari keseluruhan pengguna layanan grey literature pada perpustakaan perguruan tinggi negeri di Surabaya yang dirasa cukup untuk mewakili populasi yang ada. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik sampel sampling aksidental. Sebagaimana dijelaskan dalam Sugiyono (2002:60) sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Hal tersebut dikarenakan cara ini dirasa pas dilakukan karena peneliti kesulitan untuk menentukan atau menemukan kerangka sampel.

Adapun kriteria yang digunakan sebagai responden dalam penelitian yang dirasa cocok adalah mahasiswa yang berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan yang pernah mengunjungi dan menggunakan layanan grey literature yang ada pada perpustakaan perguruan tinggi negeri masing-masing.

Responden yang digunakan adalah mahasiswa. Hal tersebut mengacu kepada bahwa pengguna dengan jumlah paling besar di perpustakaan perguruan tinggi adalah mahasiswa. Selain itu mahasiswa dinilai lebih selektif dalam menilai layanan dan mereka selalu mengharapkan layanan yang cepat, tepat dan mampu memenuhi harapan mereka sehingga dengan responden yang merupakan mahasiswa, peneliti berharap mendapatkan informasi-informasi tambahan yang lebih detail atau bahkan saran-saran untuk perbaikan layanan grey literature di perpustakaan perguruan tinggi negeri di Surabaya.

Peneliti menetapkan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Daerah penyebaran untuk masing-masing perpustakaan perguruan tinggi negeri maka peneliti menentukan masing-masing responden di masing-masing daerah sampel diambil 20 sampel. Dengan perhitungan sebagai berikut yaitu 100 responden : 5 perpustakaan perguruan tinggi negeri = 20 responden dengan rincian masing-masing responden di masing-masing perpustakaan perguruan tinggi negeri yaitu perpustakaan Universitas Negeri Surabaya sebanyak 20 responden, perpustakaan Institut Teknologi Sepuluh Noverber Surabaya sebanyak 20 responden, perpustakaan Politeknik Elektronika Negeri Surabaya sebanyak 20 responden, perpustakaan Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya sebanyak 20 responden, perpustakaan Universitas Pembangunan Nasional sebanyak 20 responden.

### **I.6.5. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada sampel yang memiliki karakter. Berikut cara yang dilakukan untuk pengumpulan data :

- **Data Primer**

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian (Bungin, 2005:12 dalam Putri 2013:I-58). Data dikumpulkan dengan menggunakan :

- a. Kuesioner

Merupakan data hasil jawaban pengguna layanan grey literature. Jenis pertanyaannya bersifat tertutup.

- a. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada responden dengan tujuan untuk perubahan data dari kuesioner agar lebih mendalam.

- **Data Sekunder**

Pengumpulan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari kedua sumber atau sumber data yang kita cari atau butuhkan (Bungin, 2005:12 dalam Putri 2013:I-58). Data diperoleh dari :

- a. Dokumen-dokumen mengenai layanan grey literature.

- b. Observasi dengan melihat secara langsung ke lapangan mengenai objek penelitian yakni keadaan lapangan mengenai Layanan Grey Literature di

perpustakaan perguruan tinggi negeri di Surabaya, yang akan digunakan sebagai gambaran lokasi penelitian.

### **I.7. Rencana Analisis**

Bagian yang terpenting dalam metode penelitian adalah tahap analisis data. Hal tersebut dikarenakan dengan adanya analisis data maka data yang telah didapatkan akan diberi arti dan makna yang berguna dalam menjawab semua pertanyaan-pertanyaan penelitian. Analisa data merupakan kegiatan lanjutan setelah kegiatan pengumpulan data yang telah dilakukan oleh peneliti di lapangan.

Menurut Sanapiah Faisal (2007) menjelaskan bahwa analisis data menunjuk pada kegiatan mengorganisasikan data kedalam susunan-susunan tertentu di dalam rangka penginterpretasian data, ditabulasi sesuai dengan susunan sajian data yang dibutuhkan untuk menjawab masing-masing masalah dan/atau hipotesis penelitian, juga melakukan perhitungan-perhitungan tertentu sesuai dengan jenis pengolahan statistik yang digunakan masing-masing masalah dan/atau hipotesis penelitian.

Tahapan pertama yang dilakukan pada analisis data adalah analisis data secara deskriptif yang diolah dengan membuat tabel tabulasi yaitu dengan memberikan pengkodean secara manual dari data primer yang berasal dari kuesioner. Kemudian tabel tabulasi tersebut disusun tabel frekuensinya untuk masing-masing karakter responden dan untuk masing-masing item pertanyaan.

Selanjutnya untuk menentukan nilai rata-rata dari masing-masing responden terhadap item-item pertanyaan ditentukan dengan cara menjumlah nilai jawaban lalu

dibagi dengan masing-masing jumlah item atau indikator dalam setiap variabel.

Rumus yang digunakan :

$$\text{Rata-rata} = \frac{f}{n}$$

Keterangan : f = frekuensi

n = besar sampel

Setelah itu, untuk menafsirkan mengenai kategori baik buruknya nilai rata-rata, maka tahap pertama kita akan menentukan kelas intervalnya. Berikut rumusnya :

$$i = \frac{R}{k}$$

Keterangan : i = interval

R = range = skala tertinggi-skala terendah

k = jumlah kelas

Kelas interval digunakan sebagai batas nilai dari masing-masing kelas, maka interval dalam penelitian ini adalah :

$$i = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dari hasil tersebut diatas menunjukkan bahwa batas nilai masing-masing kelas adalah 0,8. Berikut penafsiran kategori yang digunakan dalam penelitian ini :

Interval	Kategori
4,24 – 5,04	Sangat Baik

3,43 – 4,23	Baik
2,62 – 3,42	Cukup Baik
1,81 – 2,61	Buruk
1,00 – 1,80	Sangat Buruk

Sebelum melakukan penganalisisan data, suatu alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data harus diuji keakuratannya. Dalam mengevaluasi suatu alat ukur, kriteria yang digunakan antaranya adalah validitas, reliabilitas, tes ranking bertanda Wilcoxon dan uji Z.

#### **I.7.1. Validitas dan Reliabilitas**

Sebelum digunakan untuk kegiatan menganalisis lebih lanjut, data penelitian hendaknya dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu untuk memastikan bahwa data yang kita miliki adalah data yang valid dan reliabel. Kegiatan ini dimulai dengan melakukan uji validitas terlebih dahulu kemudian setelah itu dilakukan uji reliabilitas.

Validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur sejauh mana alat pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur dalam penelitian (menurut Singarimbun 1987:124 dalam Putri 2013:I-61). Uji validitas digunakan untuk mengukur mengenai sah atau tidaknya suatu kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode korelasi Pearson Product Moment untuk melakukan uji validitas. Koefisien

validitas minimal bernilai 0,195 dapat diasumsikan bahwa item pertanyaan itu valid. Ini yang menjadi dasar yang digunakan untuk mempertahankan suatu item.

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 1989:142). Penelitian ini menggunakan bantuan SPSS untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel atau alat ukur dianggap reliabel apabila nilai koefisien alpha yang diperoleh sama dengan atau lebih besar dari 0,60.

### **I.7.2. Menyusun Tabel Ranking**

Menyusun tabel ranking atas setiap indikator dan dimensi kualitas layanan berdasarkan harapan pengguna, persepsi pengguna, dan kualitas layanana. Harapan dan persepsi pengguna diranking berdasarkan rata-trata, sedangkan penentuan ranking pada kualitas layanan menggunakan rumus dari Zeithaml, et al., (dalam Tjiptono, 2009:273) :

$$\text{Skor ServQual} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan}$$

Kemudian hasil dari Skor ServQual dari masing-masing dimensi akan diurutkan (diranking) mulai dari nilai tertinggi ke nilai terendah.

### **I.7.3. Tes Ranking Bertanda Wilcoxon**

Tes Ranking Bertanda Wilcoxon merupakan uji non parametrik yang digunakan jika besaran maupun arah relevan untuk menentukan kebenaran mengenai ada tidaknya perbedaan antara pasangan data yang diambil dari satu atau dua sampel yang saling terkait (Supranto dalam Putri 2013:I-62).

#### **Justifikasi**

##### **Fungsi**

1. Sebagai uji perbedaan antar anggota pasangan (data berpasangan).
2. Sebagai uji komparasi antar dua pengamatan dengan rancangan sebelum dan sesudah (before after design).
3. Untuk mengetahui efektivitas suatu perlakuan (treatment).

##### **Asumsi**

1. Berhadapan dengan kasus sampel berkorelasi/berhubungan.
2. Analisa digunakan baik untuk kasus data berpasangan maupun before after design.
3. Apabila menggunakan rancangan sebelum dan sesudah pengamatan dilakukan dua kali yaitu saat sebelum perlakuan (treatment) dan sesudahnya.
4. Data hasil pengukuran adalah data kuantitatif yang tidak diketahui normalitas distribusinya.

Proses pengolahan data yang dibantu dengan menggunakan program SPSS ini akan menghasilkan  $Z_{hitung}$  dan probabilitas dua sisi untuk menerima atau menolak hipotesis.

Langkah dalam melaksanakan Tes Ranking Bertanda Wilcoxon adalah sebagai berikut :

### 1. Merumuskan Hipotesis

$H_0 : d = 0$  ; atau Ada kesesuaian antara harapan pengguna dan persepsi pengguna mengenai Kualitas Layanan Grey Literature

$H_1 : d \neq 0$  ; atau Tidak ada kesesuaian antara harapan dan persepsi pengguna mengenai kualitas layanan grey literature

- a. Harapan lebih rendah dari persepsi pengguna mengenai kualitas layanan grey literature.
- b. Harapan lebih tinggi dari persepsi pengguna mengenai kualitas layanan grey literature.

### 2. Mencari $Z_{tabel}$

Menentukan tingkat kepercayaan 95% atau taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 5% pada uji sisi didapat nilai  $Z_{tabel}$  adalah  $\pm 1,96$ . Jadi daerah penerimaan adalah seluas 95% dan kemungkinan salahnya sebanyak 5%. Dengan kata lain, sebanyak 95% dari sampel mempunyai nilai rata-rata yang masuk dalam interval antara mean populasi dengan  $\pm 1,96$  SE.

### 3. Mencari $Z_{hitung}$

- a. Menetapkan  $d_1$  (selisih bertanda) dengan mengurangkan skor harapan terhadap skor persepsi.
- b. Bila  $d_1 = 0$ , maka pasangan (P – H) harus digugurkan dari analisa.
- c. Meranking  $d_1$  tanpa mempedulikan tanda

Bila ada dua atau lebih  $d_1$  yang nilainya sama walaupun tandanya berbeda. Ranking yang diberikan adalah ranking rata-rata dari ranking yang seharusnya diberikan. Misalnya ada tiga harga  $d_1$  yang sebesar -1, -1, dan +1, seharusnya ketiga harga diberi ranking I, II, III, tapi tes ranking bertanda wilcoxon memberi ranking 2 karena  $\frac{I+II+III}{3} = 2$

- d. Kemudian  $d_1$  yang selanjutnya diberi ranking IV karena ranking I sampai dengan III telah digunakan.
- e. Tambahkan tanda (+) atau (-) pada ranking yang dipresentasikan atau ranking yang digunakan. Contoh ranking bertanda demikian : -II dan +III.
- f. Menetapkan nilai T, yaitu jumlah terkecil dari dua kelompok ranking yang bertanda sama. Contoh : Didapatkan ranking bertanda positif (T+) sebesar dua, yaitu (+)II. Nilai T didapatkan dari jumlah ranking bertanda positif < yaitu dikarenakan 2 lebih kecil dari 4.
- g. Menetapkan nilai N, yaitu banyaknya sampel dikurangi banyak sampel bernilai  $d = 0$ .
- h. Masukkan nilai T dan N kedalam Z Ranking.

$$Z = \frac{T - \frac{N(N+1)}{4}}{\sqrt{\frac{N(N+1)(2N+1)}{24}}}$$

Keterangan :

Z = Hasil Perhitungan

T = Jumlah ranking bertanda yang lebih kecil frekuensinya dari dua kelompok ranking yang bertanda sama.

N = Jumlah data yang memiliki selisih yaitu jumlah seluruh sampel dikurangi jumlah data berpasangan yang sama jumlahnya.

1. Menentukan Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis (Madenhall 1989 dalam Harisanti dalam Putri 2013:I-65).

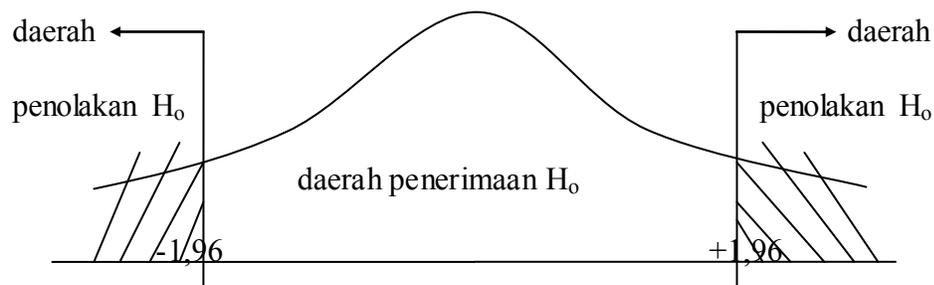
- a. Dengan membandingkan angka  $Z_{hitung}$  dan  $Z_{tabel}$  :

$H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak bila  $Z_{hitung} > -Z_{\alpha/2}$  dan  $Z_{hitung} < Z_{\alpha/2}$

$H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima bila  $Z_{hitung} \leq -Z_{\alpha/2}$  dan  $Z_{hitung} \geq Z_{\alpha/2}$

**Gambar I.2**

### Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis



- b. Dengan membandingkan angka probabilitas dengan nilai  $\alpha$  :

$H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak jika probabilitas  $> \alpha$

$H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima jika probabilitas  $\leq \alpha$

a. Menentukan arah ketidaksesuaian

1. Pada  $Z_{hitung}$  yang menggunakan dasar jumlah ranking negatif (T+)

- ketidaksesuaian positif (harapan  $<$  persepsi) bila  $Z_{hitung} \geq Z_{\alpha/2}$

- ketidaksesuaian negatif (harapan  $>$  persepsi) bila  $Z_{hitung} \leq -Z_{\alpha/2}$

2. Pada  $Z_{hitung}$  yang menggunakan dasar jumlah ranking positif (T-)

- ketidaksesuaian positif (harapan  $<$  persepsi) bila  $Z_{hitung} \leq -Z_{\alpha/2}$

- ketidaksesuaian negatif (harapan  $>$  persepsi) bila  $Z_{hitung} \geq Z_{\alpha/2}$

Untuk mempermudah dalam proses analisa data, maka peneliti menggunakan alat bantu statistik melalui program IBM SPSS Data Statistics Editor versi 20.0.