Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri, Vol. 2 No. 1, Februari 2016
Pascasarjana Institut Teknologi Nasional Malang

Analisis Problematik Industri Jasa Warnet Dengan Menggunakan Metode *SERVQUAL*

Alfi Nugroho[1], Dayal Gustopo[2], Julianus Hutabarat[3]

[1,2,3)]Program Studi Teknik Industri S-2, Pascasarjana, Institut Teknologi Nasional Malang
Email: alfinugroho@hotmail.com

Abstrak

Warnet (warung internet)adalah sebuah tempat yang menyediakan akses infrastruktur internet dengan berbagai koneksi dan komputer sebagai perangkat akses sehingga pengguna bisa mengakses internet dan memperoleh layanan di bidang teknologi informasi. Tujuan penelitian ini adalah mencari faktor kualitas layanan yang ada pada bisnis warnet dan mengetahui dimensi kualitas layanan yang paling berpengaruh pada industri jasa warnet.Metode yang digunakan dalam analisa adalah analisa deskriptif pelayanan, uji T dan analisa regresi. Dengan obyek penelitian warnet di kota Malang. Dari hasil penelitian di ketahui jika Konstruk Servqual Parasuraman, yang awalnya 22 item yang terdiri dari 5 dimensi pembentuknya, pada studi kasus di warnet tereduksi menjadi 9 item, Kesenjangan (Gap) pada jasa internet yang diukur berdasarkan konsep servqual menghasilkan ukuran dari kualitas layanan pada jasa Warnet. Pada penelitian ini kesenjangan yang terjadi pada pada dimensi kualitas layanan secara berurutan dari nilai terbesar hingga ke nilai terkecil adalah Assurance (-1,1115), Empathy (-1,0732), Responsiveness (-0,7834), Tangible (-0,1847) dan Reliability (0,0191). bermakna kualitas layanan yang di terima konsumen untuk Reliability di kategorikan sangat berkualitas, sedangkan dimensi yang lain memiliki nilai gap lebih kecil dari nol berarti di kategorikan tidak berkualitas.

Kata Kunci: *Dimensi Kualitas Pelayanan, Persepsi Pelanggan, Ekspektasi Pelanggan*

Pendahuluan

Warnet (warung internet)adalah sebuah tempat yang menyediakan akses infrastruktur internet dengan berbagai koneksi dan komputer sebagai perangkat akses sehingga pengguna bisa mengakses internet dan memperoleh layanan di bidang teknologi informasi (ahmadjayadi, 2007), Layanan utama dari warnet adalah penyedia jasa akses internet,Dalam perkembangannya muncul bermacam-macam layanan yang di dasari oleh kebutuhan dari para konsumen dari warnet, mulai dari game online, akses ke jejaring sosial, layanan bisnis, dan layanan edukasi.Adanya kemudahan yang diperoleh melalui media komunikasi dan informasi berakibat kualitas layanan yang di berikan kepada pelangganse makin variatif, hal tersebut dikarenakan telah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan layanan teknologi informasi, meningkat menjadi harapan untuk memenuhi kepuasan.Hal tersebut diperkuat dengan banyak munculnya Warnet baru, Sehingga mendorong penyedia jasa pelayanan berlomba-lomba untuk memperbaiki kualitas pelayanan mereka kepada konsumennya.
Dalam suatu studi mengenai Service Quality terdapat dimensi SERQUAL, yaitu :

- Parasuraman (1998) *Tangibles, Realibility, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*. (Fandy Tjiptono, 2012)
- Yang and Jun (2002), menemukan terdapat enam dimensi kualitas pelayanan pada pembelian menggunakan internet, yaitu :*realibility, acces, ease of use, personalization security, and credibility.*
- Mary Long and Charles McMellon (2004) dalam pembelian menggunakan internet terdapat tujuh dimensikualitas, yaitu :*Tangibles, Reliability, Responsivenes, Assurance, Empathy, Communication, Ordering/Shipping/packaging.*

Adapun tujuan penelitian ini adalah mengukur kualitas layanan berdasarkan gap antara persepsi dan ekspektasi konsumen warnet Kota Malang, menganalisis pengaruh dimensi kualitas terhadap kualitas layanan di warnet Kota Malang, dan mengetahui dimensi kualitas yang paling berpengaruh terhadap kualitas layanan.. Hasil dari penelitian ini diharapkan akan berguna untuk kepentingan penyelenggara bisnis warnet, di tengah persaingan yang ada, dan mengetahui prioritas perbaikan kualitas layanan yang dapat di lakukan oleh pengusaha warnet.

Metode Penelitian

Instrumen Penelitian

Populasi warnet: 186 warnet. (http://www.malangkota.go.id/), Objek penelitian: 126 warnet (dengan toleransi α 5%, slovin), Sampel: 165 responden yang di ambil secara acak dari objek penelitian yang dianggap sudah mewakili populasi karena telah memenuhi kriteria pendirian warnet, meliputi adanya perangkat computer, software operating sistem original, software billing original, *Internet Service Provider* (ISP), dan terdaftar di kominfo kota malang.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini mencakup 5 dimensi kualitas layanan sebagai variabel bebas yaitu:

1. Tangibles: meliputi fasilitas fisik, peralatan dan teknologi terbaru,
2. Empathy: meliputi keramahan karyawan dan niatan tulus untuk membantu para pelanggan
3. Responsiveness: meliputi kecepatan pelayanan dan tanggap terhadap pertanyaan atau permintaan dari pelanggan
4. Assurance: meliputi tingkat kepercayaan dan rasa aman dalam menggunakan jasa warnet,
5. Reliability: meliputi program billing yang bebas dari kesalahan atau eror

Pengolahan dan Analisis Data

Berdasarkan kuisioner yang telah ditetapkan ukuran sampel (rumus slovin) dan disebarkan pada responden maka hasil kuisioner responden dapat diberikan skor nilai berdasarkan skala likert menggunakan skala pengukuran 1-5 dengan penjabaran sebagai berikut 1 = Sangat Tidak Setuju; 2 = Tidak Setuju; 3 = Ragu; 4 = Setuju; 5 = Sangat SetujuKemudian hasil kuisioner dilakukan penghitungan uji validitas dan reliabilitas data terhadap instrument yang dibuat. Setelah dinyatakan valid dan reliable maka dapat dicari data rata-rata masing-masing variabel yang diteliti dari setiap indikator tiap kuisioner. Kemudian dilakukan analisa regresi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan variabel bebas (dimensi kualitas jasa) dan variabel terikat (Q) pada masing masing persepsi dan ekspektasi pelanggan yang meliputi analisis deskriptif statistic, analisis korelasi berganda, uji koefisiensi regresi dengan uji t.

Hasil dan Pembahasan

Uji Data dan Uji Reliabilitas Instrumen

Dari isian kuisioner awal yang di adopsi dari teori servqual (Parasuraman, et. al, 1998) yang di sebar kepada 14 pelanggan warnet secara acak, didapatkan 9 item pertanyaan yang tidak valid, dengan nilai korelasi dibawah dari r tabel (0.5324), hal tersebut dikarenakan pertanyaan yang di adopsi dari kuisioner servqual tidak semua dapat diterapkan di dalam pengelolaan warnet, pernyataan karyawan warnet bersungguh-sungguh dalam membantu konsumen (-0,220); karyawan warnet ini ramah dan sopan kepada pelanggan (-0,612); di warnet ini karyawan perduli pada kebutuhan konsumen (0,247); karyawan warnet ini memiliki pengetahuan memadai dalam menjawab pertanyaan dari konsumen (0,281); karyawannya melayani dengan cepat (0,216); dan karyawannya memahami kebutuhan konsumen (0,175) billing pada warnet ini melakukan pencatatan yang tepat di awal pemakaian (-0,092) warnet ini memiliki fasilitas publik (kamar mandi dan ruang tunggu yang bersih dan nyaman (0,071); materi yang berkaitan dengan pelayanan (seperti pamflet, barner, pengumuman dll) terlihat menarik (-0,038) tidak terdapat di dalam pelayanan warnet, hal tersebut dikarenakan di dalam pelayanan warnet, para konsumen tidak berinteraksi secara berkelanjutan face to face antara pelanggan dengan karyawan warnet. para konsumen warnet lebih banyak berhadapan dengan pelayanan fasilitas hardware (fasilitas komputer), kecepatan koneksi internet, dan suasana yang nyaman dalam menggunakan jasa internet.

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan 9 item pertanyaan yang valid dan di ujikan kepada 157 responden, dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh item pernyataan dalam penelitian ini reliabel dan valid. Berarti pernyataan-pernyataan ini mampu menjadi indikator penilai bagi masing-masing variabel dalam penelitian ini. Reliabilitas pengukuran ditentukan dengan menghitung koefisien cronbach alpha dari masing-masing instrumen. Hasil dari perhitungan tersebut menunjukan Alpha adalah 0,552, karena nilai alpha > r tabel (0,552>0,1567) sehingga disimpulkan bahwa instrumen tersebut adalah reliabel atau konsisten sebagai sebuah alat ukur (sekarang;1992) selanjutnya hasil dari uji validitas data di tampilkan pada tabel berikut,

Tabel 1. Hasil pengujian validitas data

No	item	pearson corelation	Sig	r tabel (α=5%,N=157)	keputusan
1	PX1.1	0.240	0.002	0.1567	valid
2	PX1.2	0.480	0.000	0.1567	valid
3	PX2.1	0.160	0.045	0.1567	valid
4	PX3.1	0.607	0.000	0.1567	valid
5	PX3.2	0.596	0.000	0.1567	valid
6	PX4.1	0.704	0.000	0.1567	valid
7	PX4.2	0.590	0.000	0.1567	valid
8	PX5.1	0.624	0.000	0.1567	valid
9	PX5.2	0.636	0.000	0.1567	valid
10	EX1.1	0.433	0.000	0.1567	valid
11	EX1.2	0.475	0.000	0.1567	valid
12	EX2.1	0.531	0.000	0.1567	valid
13	EX3.1	0.661	0.000	0.1567	valid
14	EX3.2	0.502	0.000	0.1567	valid
15	EX4.1	0.658	0.000	0.1567	valid
16	EX4.2	0.483	0.000	0.1567	valid
17	EX5.1	0.508	0.000	0.1567	valid
18	EX5.2	0.610	0.000	0.1567	valid

Uji Validitas dilakukan dengan menghitung korelasi r hitung (pearson corelation) antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor pertanyaannya dari hasil perhitungan validitas data baik persepsi maupun ekspektasi di peroleh keputusan bahwa semua item valid berdasarkan ketentuan bahwa r hitung ≥ r tabel, maka instrumen pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dikatakan valid dan mampu menjadi indikator penilai dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Deskripsi Persepsi

Berdasarkan hasil observasi dengan menggunakan skala multi item, diperoleh persepsi sebagai berikut.

1. Persepsi *tangible*

Tabel 2. Persepsi tangible

	PX1.1		PX1.2	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
sangat tidak setuju	0	0	0	0
tidak setuju	1	0.6	2	1.3
ragu	37	23.6	39	24.8
setuju	70	44.6	67	42.7
sangat setuju	49	31.2	49	31.2
Total	157	100	157	100.0

Hasil pengukuran dari pernyataan warnet ini memiliki peralatan dan teknologi terbaru (P.X1.1) menggambarkan bahwa 75.6% persepsi responden dari pengamatannya selama menggunakan fasilitas warnet ini cenderung untuk setuju sampai dengan sangat setuju, sementara itu 0.6 % responden cenderung menyatakan tidak setuju serta 23.6% ragu dengan pernyataan itu. Hal ini bermakna jika mayoritas peralatan dan teknologi yang digunakan oleh warnet sudah memiliki teknologi terbaru. Sedangkan untuk hasil pengukuran dari pernyataanfasilitas fisik gedung dan tempat parkir terlihat nyaman dan menarik (PX1.2) menggambarkan bahwa 73.9% responden cenderung menilai setuju sampai dengan sangat setuju untuk fasilitas fisik gedung dan tempat parkir terlihat nyaman dan menarik, sementara itu 1.3 % responden cenderung menyatakan tidak setuju serta 24.8% ragu dengan pernyataan itu. Hal ini berarti bahwa mayoritas warnet yang ada di malang mempunyai fasilitas fisik gedung yang baik.

2. Persepsi *reliability*

Tabel 3. Persepsi reliability

	PX2.1		PX2.2	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
sangat tidak setuju	0	0	0	0
tidak setuju	1	0.6	32	20.4
ragu	17	10.8	49	31.2
setuju	62	39.5	57	36.3
sangat setuju	78	49.7	19	12.1

Hasil pengukuran dari pernyataan warnet ini memiliki billing yang bebas dari kesalahan atau eror (PX2.1) menggambarkan bahwa 89.2% responden cenderung untuk menilai setuju sampai dengan sangat setuju, sementara itu 10.8% ragu dengan pernyataan itu serta tidak ada yang menyatakan tidak setuju. Hal ini bermakna bahwa mayoritas warnet sudah menggunakan billing yang mempunyai jaminan bebas dari kesalahan hitung atau eror. Sedangkan untuk hasil pengukuran dari pernyataan karyawan warnet memberikan layanan yang cepat terhadap para pelanggan (PX2.2) dapat di diskripsikan bahwa menurut pengalamannya dalam menggunakan fasikitas warnet, 48.4% responden cenderung untuk menjawab setuju sampai dengan sangat setuju, sementara itu 20.4 % responden cenderung menyatakan tidak setuju serta 31.2% ragu dengan pernyataan itu. Hal ini bermakna jika pelayanan yang diberikan dari para karyawan warnet masih kurang cepat.

3. Persepsi *responsiveness*

Tabel 4. Persepsi responsiveness

	PX3.1	
	Frequency	Percent
sangat tidak setuju	1	0.6
tidak setuju	13	8.3
ragu	60	38.2
setuju	57	36.3
sangat setuju	26	16.6
Total	157	100

Hasil pengukuran dari pernyataan karyawan warnet menanggapi pertanyaan/permintaan dari para pelanggan (PX3.1) menggambarkan bahwa 52.9% responden cenderung untuk menjawab setuju sampai dengan sangat setuju atas tanggapan yang diberikan oleh karyawan warnet, sementara itu 8.9 % responden cenderung menyatakan tidak setuju serta 38.2% ragu dengan pernyataan itu. Hal ini bermakna jka layanan tersebut dapat dikatakan baik.

4. Persepsi *Assurance*

Tabel 5. Persepsi assurance

	PX4.1		PX4.2	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
sangat tidak setuju	2	1.3	0	0
tidak setuju	34	21.7	28	17.8
ragu	58	36.9	65	41.4
setuju	42	26.8	46	29.3
sangat setuju	21	13.4	18	11.5
Total	157	100	157	100.0

Hasil pengukuran dari pernyataan perilaku karyawan warnet menimbulkan kepercayaan dari para pelanggan (PX4.1) menggambarkan 40.2% responden cenderung untuk menjawab setuju sampai dengan sangatsetuju atas perilaku karyawan warnet yang menimbulkan kepercayaan dari para pelanggan, sementara itu 23 % responden cenderung menyatakan tidak setuju serta 36.9% ragu dengan pernyataan itu. Hal ini dapat di

katakan bahwa kualitas layanan masih cukup baik. Sedangkan untuk hasil pengukuran dari pernyataan saya merasa aman dalam menggunakan layanan internet di warnet ini(PX4.2) menggambarkan bahwa 40.8% responden cenderung untuk menjawab setuju sampai dengan sangat setuju atas keamanan dalam menggunakan layanan internet, sementara itu 17.8 % responden cenderung menyatakan tidak setuju serta 41.4% ragu dengan pernyataan itu. Hal ini bermakna bahwa mayoritas warnet sudah menggunakan proteksi internet yang bagus.

5. Persepsi *Empathy*

Tabel 6. Persepsi empathy

	PX5.1		PX5.2	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
sangat tidak setuju	2	1.3	4	2.5
tidak setuju	33	21	26	16.6
ragu	47	29.9	66	42
setuju	55	35	46	29.3
sangat setuju	20	12.7	15	9.6
Total	157	100	157	100.0

Hasil pengukuran dari pernyataan karyawannya ramah dan dekat dengan para konsumen (PX5.1) menggambarkan bahwa 47.7% responden cenderung untuk menjawab setuju sampai dengan sangat setuju, sementara itu 22.3 % responden cenderung menyatakan tidak setuju serta 29.9% ragu dengan pernyataan itu. Hal ini bermakna bahwa mayoritas karyawan dari warnet ramah dan dekat dengan konsumen. Sedangkan untuk hasil pengukuran dari pernyataan karyawan di warnet ini menunjukkan niatan yang tulus untuk membantu para pelanggan (PX5.2) menggambarkan bahwa 38.9% responden cenderung untuk menjawab setuju sampai dengan sangat setuju atas pernyataan tersebut, sementara itu 19.1 % responden cenderung menyatakan tidak setuju serta 42% ragu dengan pernyataan itu. Hal ini bermakna bahwa konsumen masih ragu dengan niatan yang tulus dari karyawan warnet untuk membantu para konsumen.

Deskripsi Ekspektasi

Berdasarkan hasil observasi dengan menggunakan skala multi item, diperoleh ekspektasi sebagai berikut.

1. Ekspektasi *tangible*

Tabel 7. Ekspektasi tangible

	EX1.1		EX1.2	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
sangat tidak setuju	0	0	1	0.6
tidak setuju	2	1.3	4	2.5
ragu	17	10.8	21	13.4
setuju	59	37.6	83	52.9
sangat setuju	79	50.3	48	30.6
Total	157	100	157	100.0

Hasil pengukuran dari pernyataan warnet ini memiliki peralatan dan teknologi terbaru (E.X1.1) menggambarkan bahwa 87.9% responden menyatakan cenderung mempunyai ekspektasi yang tinggi, sementara itu 1.3 % responden cenderung mempunyai ekspektasi yang rendah serta 10.8% responden ragu. Hal ini bermakna mayoritas konsumen mengharapkan peralatan dan teknologi yang ada di warnet untuk lebih baik lagi. Sedangkan untuk hasil pengukuran dari pernyataan fasilitas fisik gedung dan tempat parkir terlihat nyaman dan menarik (EX1.2) menggambarkan bahwa 83.5% responden cenderung mempunyai ekspektasi yang tinggi, sementara itu 3.1 % responden cenderung mempunyai ekspektasi yang rendah serta 13.4% ragu dengan pernyataan itu. Hal ini bermakna bahwa mayoritas konsumen berharap bahwa fasilitas fisik gedung dan tempat parkir dapat lebih baik lagi.

2. Ekspektasi *Reliability*

Tabel 8. Ekspektasi reliability

	EX2.1		EX2.2	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
sangat tidak setuju	0	0	0	0
tidak setuju	4	2.5	5	3.2
ragu	14	8.9	24	15.3
setuju	59	37.6	40	25.5
sangat setuju	80	51	88	56.1
Total	157	100	157	100.0

Hasil pengukuran dari pernyataan warnet ini memiliki billing yang bebas dari kesalahan atau eror (EX2.1) menggambarkan bahwa 88.6% responden cenderung mempunyai ekspektasi yang tinggi, sementara itu 2.5% responden cenderung mempunyai ekspektasi yang rendah serta 8.9% ragu dengan pernyataan itu. Hal ini bermakna bahwa mayoritas konsumen berharap billing di warnet tidak terjadi kesalahan atau eror. Sedangkan untuk hasil pengukuran dari pernyataan karyawan warnet memberikan layanan yang cepat terhadap para pelanggan (EX2.2) menggambarkan bahwa 81.6% responden cenderung mempunyai ekspektasi yang tinggi, sementara itu 3.2 % responden cenderung mempunyai ekspektasi yang rendah, serta 15.3% ragu dengan pernyataan itu. Hal ini bermakna bahwa mayoritas konsumen berharap layanan yang cepat dari karyawan warnet.

3. Ekspektasi *responsiveness*

Tabel 9. Ekspektasi responsiveness

	EX3.1		EX3.2	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
sangat tidak setuju	0	0	0	0
tidak setuju	1	0.6	2	1.3
ragu	15	9.6	6	3.8
setuju	89	56.7	61	38.9
sangat setuju	52	33.1	88	56.1
Total	157	100	157	100.0

Hasil pengukuran dari pernyataan karyawan warnet menanggapi pertanyaan/permintaan dari para pelanggan (EX3.1) menggambarkan bahwa 89.8% responden cenderung mempunyai ekspektasi yang tinggi, sementara itu 0.6 % responden cenderung mempunyai ekspektasi yang rendah serta 9.6% ragu dengan pernyataan itu. Hal ini bermakna bahwa mayoritas konsumen mengharapkan tanggapan atas pertanyaan atau permintaan mereka kepada karyawan warnet. Sedangkan untuk hasil pengukuran dari pernyataan perilaku karyawan warnet menimbulkan kepercayaan dari para pelanggan (EX3.2) menggambarkan bahwa 95% responden cenderung mempunyai ekspektasi yang tinggi atas pernyataan tersebut, sementara itu 1.3 % responden cenderung mempunyai ekspektasi yang rendah serta 3.8% ragu dengan pernyataan itu. Hal ini bermakna bahwa mayoritas konsumen berharap bahwa karyawan warnet harus dapat menimbulkan rasa kepercayaan dari konsumen.

4. Ekspektasi *assurance*

Tabel 10. Ekspektasi assurance

	EX4.1	
	Frequency	Percent
sangat tidak setuju	0	0
tidak setuju	1	0.6
ragu	14	8.9
setuju	69	43.9
sangat setuju	73	46.5
Total	157	100

Hasil pengukuran dari pernyataan konsumenmerasa aman dalam menggunakan layanan internet di warnet ini (EX4.1) menggambarkan bahwa 90.4% responden cenderung mempunyai ekspektasi yang tinggi, sementara itu 0.6 % responden cenderung mempunyai ekspektasi yang rendah serta 8.9% ragu dengan pernyataan itu. Hal ini bermakna bahwa mayoritas konsumen berharap ada rasa aman dalam menggunakan layanan internet.

5. Ekspektasi Empathy

Tabel 11. Ekspektasi empati

	EX5.1		EX5.2	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
sangat tidak setuju	0	0	0	0
tidak setuju	0	0	2	1.3
ragu	9	5.7	19	12.1
setuju	61	38.9	68	43.3
sangat setuju	87	55.4	68	43.3
Total	157	100	157	100.0

Hasil pengukuran dari pernyataan karyawannya ramah dan dekat dengan para konsumen (EX5.1) menggambarkan bahwa 94.3% responden cenderung mempunyai ekspektasi yang tinggi, sementara itu 5.7 % responden cenderung menyatakan ragu dengan pernyataan itu dan tidak ada yang mempunyai ekspektasi yang rendah. Artinya berkecenderungan sangat baik. Hal ini bermakna bahwa mayoritas konsumen warnet berharap karyawan warnet ramah dan dekat dengan mereka. Sedangkan untuk hasil pengukuran dari pernyataan karyawan di warnet ini menunjukkan niatan yang tulus untuk membantu para pelanggan (EX5.2) menggambarkan 86.6% responden cenderung mempunyai ekspektasi yang tinggi atas pernyataan tersebut, sementara itu 1.3 % responden cenderung mempunyai ekspektasi yang rendah serta 12.1% ragu. Hal ini bermakna bahwa mayoritas konsumen berharap ada niatan yang tukus untuk membantu dari karyawan warnet.

Deskripsi Gap (Perceived Service Quality)

Gambaran kesenjangan yang terjadi antara persepsi dengan ekspektasi dari layanan warnet, pada masing-masing item pembentuk dimensinya di tunjukkan pada tabel 55 berikut ini.

Tabel 12. Deskripsi gap per dimensi kualitas

	Tangible (%)	*Reliability (%)*	*Responsiveness (%)*	*Assurance (%)*	*Empati (%)*
Tidak Berkualitas	45,8	30,6	71,4	78,4	75,9
Berkualitas	31,2	39,5	15,9	15,3	14,6
Sangat berkualitas	22,9	30	12.8	6,4	9,5
Total	100	100	100	100	100

Pada dimensi tangible sejumlah 54,1% responden cenderung menerima layanan dari tingkatan berkualitas sampai dengan sangat berkualitas, sedangkan 45,8% cenderung menerima layanan pada tingkat tidak berkualitas. Dimensi reliability sejumlah 69.5% responden cenderung menerima layanan dari tingkatan berkualitas sampai dengan sangat berkualitas, sedangkan 30,6% cenderung menerima layanan pada tingkat tidak berkualitas. Dimensi Responsivenesssejumlah 28,7% responden cenderung menerima layanan dari tingkatan berkualitas sampai dengan sangat berkualitas, sedangkan 71,4% cenderung menerima layanan pada tingkat tidak berkualitas.Dimensi Assurancesejumlah 54,1% responden cenderung menerima layanan dari tingkatan berkualitas sampai dengan sangat berkualitas, sedangkan 45,8% cenderung menerima layanan pada tingkat tidak berkualitas.Dimensi empathysejumlah 15,2% responden cenderung menerima layanan dari tingkatan berkualitas sampai dengan sangat berkualitas, sedangkan 75,9% cenderung menerima layanan pada tingkat tidak berkualitas.

Tabel 13 Mean dan std deviasi dari persepsi, ekspektasi dan kualitas layanan

Dimensi	Persepsi		Ekspektasi		Kualitas layanan	
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD
Tangible	4.0510	0, 53465	4.2357	0, 58715	-0.1847	0, 75593
Reliability	4.3885	0, 67605	4.3694	0, 75351	0, 0191	1.0468
Responsivenes	3.5000	0, 79057	4.2834	0, 59988	-0.7834	0, 99078
Assurance	3.3185	0, 83810	4.4299	0, 51720	-1.1115	0, 99614
Empathy	3.3185	0, 83619	4.3917	0, 52293	-1.0732	1.04975

Kesenjangan yang terjadi pada pada dimensi kualitas layanan secara berurutan dari nilai terbesar hingga ke nilai terkecil adalah Assurance (-1,1115), Empathy (-1,0732), Responsiveness (-0,7834), Tangible (-0,1847) dan Reliability (0,0191).makna dari kesenjangan tersebut adalah kualitas layanan yang di terima konsumen untuk Reliability di kategorikan sangat berkualitas (nilai lebih dari nol) sedangkan dimensi yang lain memiliki nilai gap lebih kecil dari nol (negatif) berarti di kategorikan tidak berkualitas. hal tersebut bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya. (Marry Long and Charles McMellon, 2004) yang menyatakan bahwa dimensi Tangible adalah yang terpenting dan dimensi reliability merupakan dimensi terakhir. Perbedaan hasil penelitian tersebut dikarenakan oleh perbedaan tingkat kebutuhan konsumen, objek penelitian, dan alat ukur yang di gunakan.

Uji T

Tabel 14. Uji T-Paired antara persepsi dan ekspektasi

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Persepsi	3.6403	157	.46892	.03742
	expektasi	4.3389	157	.38459	.03069

Pada tabel terlihat ringkasan statistik dari persepsi dan ekspektasi, rata-rata untuk persepsi 3,6403 (cenderung baik), sedangkan untuk ekspektasi 4,3389 (cenderung sangat baik)

Tabel 15. Uji T-Paired sample correlation

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Persepsi & expektasi	157	-.192	.016

Hasil korelasi antara kedua variabel yang menghasilkan angka -0,192 dengan nilai probabilitas 0,016 (di atas 0,05). Hal ini menyatakan bahwa korelasi antara persepsi dan expektasi adalah signifikan, degan arah korelasi negatif yang berarti mempunyai arah yang berlawanan.

Hasil Regresi

Tabel 16. Regresi

Model Summary

Model					Change Statistics				
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	1.000[a]	1.000	1.000	.00000	1.000	6.800E16	5	151	.000

Bahwa nilai r = 1 = 100% bermakna bahwa kualitas layanan pada jasa warnet dapat di jelaskan oleh ke lima dimensi pembentuknya yaitu, dimensi empathy, reliability, assurance, responsiveness, dan tangible. Standar error of estimate sebesar nol (0) membuktikan bahwa model regresi tepat digunakan untuk memprediksi variable dependen atau kualitas layanan.

Kesimpulan

Konstruk Servqual Parasuraman, et.aal yang awalnya 22 item yang terdiri dari 5 dimensi pembentuknya, pada studi kasus di warnet tereduksi menjadi 9 item, hal tersebut dikarenakan pada jasa warnet yang menjadi tujuan utama dari konsumen adalah realibility dengan indikator pelayanan fasilitas hardware (fasilitas komputer), kecepatan koneksi internet, billing yang tidak eror dan suasana yang nyaman dalam menggunakan jasa internet.

Pada dimensi tangible sejumlah 54,1% responden cenderung menerima layanan dari tingkatan berkualitas sampai dengan sangat berkualitas, sedangkan 45,8% cenderung menerima layanan pada tingkat tidak berkualitas. Dimensi reliabilitysejumlah 69.5% responden cenderung menerima layanan dari tingkatan berkualitas sampai dengan sangat berkualitas, sedangkan 30,6% cenderung menerima layanan pada tingkat tidak berkualitas. Dimensi Responsivenesssejumlah 28,7% responden cenderung menerima layanan dari tingkatan berkualitas sampai dengan sangat berkualitas, sedangkan 71,4% cenderung menerima layanan pada tingkat tidak berkualitas. Dimensi Assurancesejumlah 54,1% responden cenderung menerima layanan dari tingkatan berkualitas sampai dengan sangat berkualitas, sedangkan 45,8% cenderung menerima layanan pada tingkat tidak berkualitas. Dimensi empathysejumlah 15,2% responden cenderung menerima layanan dari tingkatan berkualitas sampai dengan sangat berkualitas, sedangkan 75,9% cenderung menerima layanan pada tingkat tidak berkualitas

Kesenjangan yang terjadi pada pada dimensi kualitas layanan secara berurutan dari nilai terbesar hingga ke nilai terkecil adalah Assurance (-1,1115), Empathy (-1,0732), Responsiveness (-0,7834), Tangible (-0,1847) dan Reliability (0,0191).makna dari kesenjangan tersebut adalah kualitas layanan yang di terima konsumen untuk Reliability di kategorikan sangat berkualitas (nilai lebih dari nol) sedangkan dimensi yang lain memiliki nilai gap lebih kecil dari nol (negatif) berarti di kategorikan tidak berkualitas.

Daftar Referensi

[1] Ahmadjayadi,. 2007. Buku Panduan Sederhana Memulai Bisnis Warnet Legal. Departemen Komunikasi dan Informatika Direktorat Jenderal Aplikasi Telematika, Jakarta.
[2] Fandy Tjiptono, Ph,D. 2011. “Pemasaran Jasa”. Bayu media
[3] Mary Long; Charles McMellon. 2004. “Exploring the determinants of retail service quality on the Internet” The Journal of Services Marketing; Newyork
[4] Parasuraman, A., berry, L.L. and Zeithaml, V.A. 1998. “SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring custmer perception of servis quality’. Jurnal of retailing, vol. 64 No. 1. Pp. 12-40
Yang, Z. And Jun, M. 2002. “customer perception of service quality : from internet purchase and non-purchase perspective”, jurnal of business Strategies, vol. 19 No 1, pp. 19-41