

PERBANDINGAN TINGKAT KEPENTINGAN VARIABEL LAYANAN PADA JASA YANG BERSIFAT REKREATIF DAN NON REKREATIF

Kriswanto Widiawan

Dosen Fakultas Teknologi Industri, Jurusan Teknik Industri, Universitas Kristen Petra
Email: kriswidi@petra.ac.id

Marta Susiani

Alumnus Fakultas Teknologi Industri, Jurusan Teknik Industri, Universitas Kristen Petra

ABSTRAK

Diduga ada perbedaan tingkat kepentingan variabel layanan pada jasa yang bersifat rekreatif (*supermarket*, restoran) dan non rekreatif (rumah sakit, pendidikan/ perguruan tinggi). Penelitian ini bertujuan membandingkan tingkat kepentingan variabel-variabel layanan pada bidang-bidang jasa tersebut. Dalam penelitian ini terdapat sepuluh variabel layanan yang akan disoroti, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *competence*, *courtesy*, *credibility*, *security*, *access*, *communication*, dan *understanding the customer*. Hasil perbandingan menunjukkan tidak ada beda tingkat kepentingan variabel layanan antara jasa rekreatif dan non rekreatif. Namun terdapat perbedaan tingkat kepentingan pada masing-masing jasa, karena adanya perbedaan karakteristik jasa.

Kata kunci: *Servqual*, tingkat kepentingan.

ABSTRACT

Surveying the differences of importance level of service variables is a must for service providers. The ten service variables are tangible, reliability, responsiveness, competence, courtesy, credibility, security, access, communication, and understanding the customer. The categories of service providers to be compared are recreative (represented by supermarket and restaurant) and non recreative (represented by hospital and education/university) characteristics. The result shows there are no differences among recreative and non recreative service providers. But there are some differences among each service providers, because of unique characteristics of each service provider.

Key words: *Servqual*, importance level.

1. PENDAHULUAN

Tingkat kepentingan variabel layanan pada setiap bidang jasa dapat berbeda-beda (Gaspersz, 1997). Ada rumah sakit yang susternya terkenal kurang ramah, akan tetapi tingkat huniannya hampir selalu penuh. Diduga para pasien tetap memilih rumah sakit tersebut karena faktor keahlian dokter, ketrampilan suster serta kecanggihan alat-alatnya. Demikian pula halnya jasa pendidikan. Ada perguruan tinggi yang terkenal sulit meluluskan mahasiswanya atau dosennya *killer* namun tetap diminati calon mahasiswa. Ada dugaan, para orangtua mahasiswa meyakini kualitas hasil didikan lebih penting daripada keramahan dosen. Sementara itu jasa

yang bersifat rekreatif diduga memiliki fenomena berbeda. Jika pegawai restoran atau *supermarket* tidak ramah, pada umumnya konsumen akan pergi ke restoran atau *supermarket* lainnya. Oleh karena itu diperlukan penelitian untuk mengetahui variabel layanan mana yang dipentingkan konsumen, supaya perusahaan jasa dapat menyusun strategi dan taktik pemasaran yang lebih baik.

Metode pengukuran yang akan dipakai adalah metode *Service Quality (Servqual)*. Dalam metode ini terdapat sepuluh elemen variabel layanan yang akan disoroti, yaitu *tangible, reliability, responsiveness, competence, courtesy, credibility, security, access, communication, dan understanding the customer*, (Matzler et al., 1996; Zeithaml et al., 1990).

Dalam penelitian ini akan dipilih empat bidang jasa, yaitu rumah sakit, pendidikan (perguruan tinggi), *supermarket*, dan restoran. Rumah sakit dan pendidikan termasuk jasa non rekreatif. Sedangkan *supermarket* dan restoran dipilih sebagai wakil jasa yang bersifat rekreatif. Tujuan penelitian adalah membandingkan tingkat kepentingan variabel layanan pada jasa yang bersifat rekreatif dan non rekreatif.

2. METODE PENELITIAN

Data yang digunakan berasal dari hasil kuesioner yang disebarakan kepada 400 responden (masing-masing 100 responden untuk masing-masing bidang jasa) di Surabaya, baik laki-laki maupun perempuan yang berusia 17 tahun ke atas. Responden ditentukan menggunakan cara *non random* yaitu *accidental sampling*. Rumah sakit, perguruan tinggi, *supermarket*, dan restoran yang dipilih adalah penyedia jasa yang termasuk *high class*. Responden rumah sakit adalah pasien atau penunggunya, responden pendidikan adalah para mahasiswa. Sedangkan responden untuk *supermarket* adalah para konsumen yang sedang berbelanja, dan responden restoran adalah para konsumen yang sedang makan di tempat tersebut (Susiani, 2004).

Selanjutnya hasil kuesioner akan diuji dengan Uji Friedman. Uji Friedman (Bhattacharya et al., 1997) ini dilakukan untuk menguji apakah kesepuluh elemen variabel *Servqual* memiliki tingkat kepentingan yang sama atau tidak pada rumah sakit, pendidikan, *supermarket* dan restoran. Hipotesa yang digunakan, yaitu:

Ho: Semua elemen variabel *Servqual* memiliki tingkat kepentingan yang sama

H1: Minimal ada satu elemen variabel *Servqual* memiliki tingkat kepentingan yang tidak sama.

Ho akan ditolak jika $Pvalue < \alpha$ (α dipilih 5%).

Ada tiga uji yang lain yaitu Uji Wilcoxon Signed Rank, Uji Kruskal Wallis, dan Uji Mann-Whitney (Bhattacharya et al., 1997). Pada Uji Wilcoxon Signed Rank akan dianalisis apakah responden mempunyai tingkat kepentingan yang sama antara variabel-variabel layanan dalam satu bidang jasa. Dari Uji Kruskal Wallis dapat dianalisis apakah responden menganggap sama penting antara variabel layanan satu bidang jasa dengan ketiga bidang jasa lainnya. Sementara dari hasil pengujian Mann-Whitney dapat diketahui apakah responden mempunyai tingkat kepentingan yang sama antara variabel layanan bidang jasa satu dengan bidang jasa yang lain.

3. UJI PERBEDAAN TINGKAT KEPENTINGAN

3.1. Uji Perbedaan Tingkat Kepentingan Menggunakan Uji Friedman

Setelah dilakukan uji Friedman untuk responden rumah sakit, pendidikan, *supermarket* dan restoran, diperoleh nilai $Pvalue = 0.000$ untuk masing-masing bidang jasa. Karena $Pvalue < \alpha$, maka tolak Ho. Hal ini berarti minimal terdapat satu elemen variabel layanan pada hasil

kuesioner responden rumah sakit, pendidikan, *supermarket* dan restoran yang memiliki tingkat kepentingan tidak sama. Tetapi untuk lebih memperjelas elemen variabel mana yang berbeda, maka akan dilakukan uji yang lebih detail, yaitu dengan menguji perbedaan tingkat kepentingan antar elemen variabel layanan dengan Wilcoxon Signed Rank.

3.2. Uji Perbedaan Tingkat Kepentingan Menggunakan Uji Wilcoxon Signed Rank

Uji ini digunakan untuk menguji perbedaan antar variabel layanan pada masing-masing bidang jasa yang tampak pada Tabel 1-4. Tabel 1 menunjukkan rata-rata tingkat kepentingan variabel layanan menurut responden rumah sakit.

Tabel 1. Rata-rata Tingkat Kepentingan Variabel Layanan pada Rumah Sakit

No.	Variabel	Mean
1.	<i>Competence</i>	4.72
2.	<i>Reliability</i>	4.54
3.	<i>Security</i>	4.52
4.	<i>Credibility</i>	4.39
5.	<i>Tangible</i>	4.34
6.	<i>Responsiveness</i>	4.30
7.	<i>Courtesy</i>	4.26
8.	<i>Understanding the Customer</i>	4.17
9.	<i>Communication</i>	4.04
10.	<i>Access</i>	3.93

Hasil uji **Wilcoxon Signed Rank** ditindaklanjuti dengan membuat pengelompokan derajat keeksklusifan tingkat kepentingan variabel layanan. Ternyata pada rumah sakit terdapat enam kelompok derajat keeksklusifan layanan. Layanan dengan derajat yang paling eksklusif pada rumah sakit adalah *competence*. Kelompok kedua yang juga eksklusif tinggi, yaitu *reliability* dan *security*. Kelompok ketiga adalah *credibility*, sedangkan kelompok keempat yaitu *tangible*, *responsiveness*, dan *courtesy*. Kelompok layanan yang kelima adalah *understanding the customer* dan kelompok yang paling akhir adalah *communication* dan *access*.

Hal-hal yang berhubungan dengan kesehatan sangatlah dipentingkan. Pasien akan merasa tenang jikalau mereka dirawat oleh dokter yang ahli, tepat dalam mendiagnosa, serta suster yang terampil. Sedangkan kemudahan dalam menghubungi rumah sakit dan memperoleh informasi merupakan hal yang tidak terlalu penting. Hal ini dikarenakan pasien atau penunggu sudah berada di rumah sakit.

Tabel 2 menunjukkan rata-rata kepentingan variabel layanan menurut responden perguruan tinggi (pendidikan).

Tabel 2. Rata-rata Tingkat Kepentingan pada Pendidikan

No.	Variabel	Mean
1.	<i>Security</i>	4.65
2.	<i>Communication</i>	4.44
3.	<i>Credibility</i>	4.40
4.	<i>Courtesy</i>	4.32
5.	<i>Tangible</i>	4.22
6.	<i>Reliability</i>	4.19
7.	<i>Competence</i>	4.17
8.	<i>Responsiveness</i>	4.14
9.	<i>Access</i>	4.03
10.	<i>Understanding the Customer</i>	3.97

Kategori pendidikan dapat dibagi menjadi sembilan kelompok derajat keeksklusifan. Variabel layanan yang mempunyai tingkat kepentingan paling eksklusif adalah *security*, disusul *communication*, *credibility*, *courtesy*, dan *tangible*. Kelompok dengan derajat keeksklusifan keenam adalah *reliability* dan *competence*. Berturut-turut kelompok ketujuh hingga ke sembilan adalah *responsiveness*, *access* dan *understanding the customer*.

Security dianggap paling eksklusif dalam tingkat kepentingan karena akhir-akhir ini sering terjadi pencurian kendaraan bermotor serta pernah terjadi pembunuhan di dalam kampus. Pencurian atau perusakan dapat ditujukan terhadap kendaraan dan fasilitas yang melekat atau di dalam kendaraan tersebut. Responden mahasiswa menginginkan keamanan di area parkir, selain keamanan untuk diri mereka sendiri di dalam kampus.

Sedangkan *responsiveness* dosen dan karyawan, kemudahan dalam menghubungi universitas merupakan layanan yang derajat keeksklusifannya rendah. Mahasiswa juga jarang menghubungi universitas melalui telepon karena biasanya mahasiswa datang ke kampus setiap hari, sehingga informasi yang diperlukan dapat secara langsung dilihat di papan pengumuman atau dapat menjumpai dosen dan karyawan di kantornya. Pemahaman dosen dan karyawan akan kebutuhan mahasiswa juga kurang eksklusif karena mahasiswa jarang berhubungan dekat dengan dosen atau karyawan.

Tabel 3 memperlihatkan rata-rata kepentingan variabel layanan menurut responden *supermarket*.

Tabel 3. Rata-rata Tingkat Kepentingan pada Supermarket

No.	Variabel	Mean
1.	<i>Security</i>	4.63
2.	<i>Competence</i>	4.58
3.	<i>Courtesy</i>	4.55
4.	<i>Tangible</i>	4.48
5.	<i>Credibility</i>	4.43
6.	<i>Reliability</i>	4.20
7.	<i>Responsiveness</i>	4.03
8.	<i>Communication</i>	3.95
9.	<i>Access</i>	3.90
10.	<i>Understanding the Customer</i>	3.74

Hasil uji terhadap responden *supermarket* dapat dibagi menjadi tujuh kelompok derajat keeksklusifan. Variabel layanan yang dianggap mempunyai derajat paling eksklusif oleh konsumen saat mereka sedang berbelanja adalah *security*. Kelompok kedua yaitu *competence* dan *courtesy*. Kelompok ketiga adalah *tangible* dan *credibility*. Kelompok keempat dan kelima adalah *reliability* dan *responsiveness*, sedangkan kelompok keenam adalah *communication* dan *access*. Variabel layanan yang derajat keeksklusifannya paling rendah adalah *understanding the customer*.

Security merupakan variabel layanan yang derajat keeksklusifannya paling tinggi karena biasanya konsumen berbelanja dalam waktu yang cukup lama. Mereka memerlukan rasa aman, terutama keamanan kendaraan yang diparkir. Selain itu, konsumen menganggap penting jikalau *supermarket* memiliki staf kasir yang teliti dalam menghitung jumlah harga barang yang dibeli.

Biasanya konsumen datang secara langsung ke *supermarket*, sehingga kemudahan dalam menghubungi *supermarket* dianggap kurang begitu penting. Penjagaan pada tiap rak merupakan layanan yang kurang begitu penting, karena terkadang hal tersebut mengganggu kenyamanan berbelanja. Pemahaman perasaan oleh karyawan juga tidak penting bagi konsumen, karena

konsumen jarang bertanya secara detail dan biasanya konsumen langsung mencari sendiri barang yang diperlukan tanpa meminta bantuan dari karyawan.

Tabel 4 menunjukkan rata-rata tingkat kepentingan variabel layanan menurut responden restoran.

Tabel 4. Rata-rata Tingkat Kepentingan pada Restoran

No.	Variabel	Mean
1.	<i>Courtesy</i>	4.52
2.	<i>Security</i>	4.50
3.	<i>Competence</i>	4.43
4.	<i>Credibility</i>	4.36
5.	<i>Tangible</i>	4.28
6.	<i>Reliability</i>	4.17
7.	<i>Communication</i>	4.13
8.	<i>Responsiveness</i>	4.05
9.	<i>Understanding the Customer</i>	3.94
10.	<i>Access</i>	3.64

Posisi derajat keeksklusifan tingkat kepentingan pada *Restoran* dibagi menjadi sembilan kelompok. Layanan yang dianggap mempunyai derajat keeksklusifan paling tinggi oleh konsumen saat mereka makan/minum yaitu *courtesy* dan *security*. Kelompok kedua hingga keenam berturut-turut ditempati *competence*, *credibility*, *tangible*, *reliability* dan *communication*. Kelompok ketujuh hingga kesembilan adalah layanan yang mempunyai derajat keeksklusifan rendah, yaitu *responsiveness* *understanding the customer* dan *access*.

Layanan yang dapat meningkatkan derajat kepuasan konsumen restoran yaitu keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani konsumen. Keamanan saat berada di restoran serta keamanan kendaraan juga penting agar saat makan/minum konsumen tidak merasa takut.

Konsumen biasanya akan datang secara langsung ke *restoran* tanpa harus menelepon terlebih dahulu. Konsumen juga jarang berhubungan dengan pemilik restoran, sehingga kemudahan dalam menghubungi restoran mempunyai tingkat kepentingan terendah.

Dari hasil pengelompokan derajat keeksklusifan untuk keempat bidang jasa di atas, dapat dibuat tabel rekapitulasi seperti terlihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Rekapitulasi Derajat Keeksklusifan Tingkat Kepentingan Variabel Layanan

Bidang jasa	Urutan 1	Urutan 2	Urutan Terakhir 2	Urutan Terakhir 1
Rumah Sakit	<i>Competence</i>	<i>Reliability</i> <i>Security</i>	<i>Unders. Cust</i>	<i>Communication</i> <i>Access</i>
Pendidikan	<i>Security</i>	<i>Communication</i>	<i>Access</i>	<i>Unders. Cust</i>
Supermarket	<i>Security</i>	<i>Competence</i> <i>Courtesy</i>	<i>Communication</i> <i>Access</i>	<i>Unders. Cust</i>
Restoran	<i>Courtesy</i> <i>Security</i>	<i>Competence</i>	<i>Unders. Cust</i>	<i>Access</i>

Berdasarkan tabel rekap di atas, terlihat bahwa secara umum tidak ada perbedaan yang signifikan antara bidang jasa rekreatif dan non rekreatif. Perbedaannya hanya pada *courtesy*. Responden bidang jasa rekreatif sangat mengutamakan *courtesy*, sedangkan responden bidang jasa non rekreatif derajat keeksklusifan *courtesy* tidak sebesar pada jasa rekreatif.

Layanan yang paling banyak mempunyai derajat keeksklusifan tertinggi untuk keempat bidang jasa, yaitu *security*. Variabel layanan ini sangat diutamakan oleh konsumen, karena konsumen ingin merasa aman baik untuk dirinya atau kendaraan yang di tempat parkir. Dengan demikian konsumen dapat melakukan aktivitasnya dengan tenang.

Adapun layanan yang paling banyak menempati derajat keeksklusifan paling rendah pada keempat bidang jasa adalah *access* dan *understanding the customer*. Hal ini disebabkan para konsumen pada keempat bidang jasa jarang sekali menggunakan fasilitas layanan ini. Biasanya konsumen datang secara langsung tanpa harus menelepon terlebih dahulu, konsumen juga jarang sekali berhubungan dengan pemilik bidang jasa. Bahkan, meskipun lokasi bidang jasa tersebut sulit dicapai, konsumen tidak memperlmasalahkannya, karena konsumen memiliki keterikatan dengan penyedia jasa tersebut.

3.3. Uji Perbedaan Tingkat Kepentingan Menggunakan Uji Kruskal Wallis

Uji ini merupakan uji yang dilakukan secara serempak terhadap keempat bidang jasa untuk mengetahui perbedaan tingkat kepentingan antar masing-masing variabel layanan dalam *Servqual*. Berikut merupakan tabel hasil uji Kruskal Wallis.

Tabel 6. Hasil Uji Kruskal Wallis

Variabel	Pvalue	Kesimpulan
<i>Tangible</i>	0.206	Gagal Tolak Ho (Sama)
<i>Reliability</i>	0.000	Tolak Ho (Beda)
<i>Responsiveness</i>	0.096	Gagal Tolak Ho (Sama)
<i>Competence</i>	0.000	Tolak Ho (Beda)
<i>Courtesy</i>	0.005	Tolak Ho (Beda)
<i>Credibility</i>	0.967	Gagal Tolak Ho (Sama)
<i>Security</i>	0.131	Gagal Tolak Ho (Sama)
<i>Access</i>	0.044	Tolak Ho (Beda)
<i>Communication Understanding the Customer</i>	0.000	Tolak Ho (Beda)
	0.004	Tolak Ho (Beda)

Dari tabel uji di atas, dapat diringkas secara garis besar menjadi dua kategori yang berbeda, yaitu variabel layanan dengan tingkat kepentingan yang sama dan variabel layanan dengan tingkat kepentingan yang berbeda (lihat Tabel 7).

Tabel 7. Penggolongan Hasil Uji Kruskal Wallis

Variabel layanan dengan tingkat kepentingan yang sama	Variabel layanan dengan tingkat kepentingan yang berbeda
<i>Tangible</i>	<i>Reliability</i>
<i>Rsponsiveness</i>	<i>Competence</i>
<i>Credibility</i>	<i>Courtesy</i>
<i>Security</i>	<i>Access</i>
	<i>Communication</i>
	<i>Understanding the Customer</i>

Dari Tabel 7 dapat diketahui bahwa variabel layanan *tangible*, *responsiveness*, *credibility*, dan *security* mempunyai tingkat kepentingan yang sama pada rumah sakit, pendidikan, *supermarket* dan restoran. Hal ini disebabkan karena konsumen secara garis besar memiliki konsep yang sama mengenai kebersihan, kelengkapan, atau dapat disebut penampilan fisik dari keempat bidang jasa. Selain itu, konsumen juga lebih menyukai apabila keempat perusahaan jasa dapat memberikan layanan dengan baik dan tepat terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen. Di manapun konsumen berada, terutama pada keempat bidang jasa, mereka menganggap bahwa kepercayaan dan keamanan merupakan hal yang harus ada dalam keempat bidang jasa.

Sedangkan untuk variabel layanan *reliability*, *competence*, *courtesy*, *access*, *communication* dan *understanding the customer* mempunyai tingkat kepentingan yang berbeda. Hal ini disebabkan karena kebutuhan atas layanan tersebut juga berbeda-beda. Oleh karena itu untuk lebih detail akan dilakukan Uji Mann-Whitney untuk variabel layanan yang berbeda.

3.4. Uji Perbedaan Tingkat Kepentingan Menggunakan Uji Mann-Whitney

Uji perbedaan ini digunakan untuk menguji perbedaan tingkat kepentingan antara masing-masing variabel layanan dengan membandingkan dua bidang jasa, yang dilakukan untuk elemen variabel *reliability*, *competence*, *courtesy*, *access*, *communication* dan *understanding the customer*, seperti tampak pada Tabel 8-13.

Tabel 8. Uji Mann-Whitney pada *Reliability*

Bidang	Mean	P value	Kesimpulan	Keterangan
Rumah Sakit	4.54	0.001	Tolak Ho (Beda)	RS > Pend.
Pendidikan	4.19			
Rumah Sakit	4.54	0.001	Tolak Ho (Beda)	RS > Sup.
Supermarket	4.20			
Rumah Sakit	4.54	0.000	Tolak Ho (Beda)	RS > Rest.
Restoran	4.17			
Pendidikan	4.19	0.945	Gagal Tolak Ho (Sama)	
Supermarket	4.20			
Pendidikan	4.19	0.595	Gagal Tolak Ho (Sama)	
Restoran	4.17			
Supermarket	4.20	0.647	Gagal Tolak Ho (Sama)	
Restoran	4.17			

Dari Tabel 8 dapat disimpulkan bahwa tingkat kepentingan layanan *reliability* pada pendidikan, *supermarket*, dan restoran adalah sama. Sedangkan Rumah Sakit mempunyai tingkat kepentingan yang paling besar dari Pendidikan, *supermarket*, dan restoran. Dengan demikian tidak ada perbedaan antara jasa rekreatif dan non rekreatif, kecuali pada rumah sakit. Jasa non rekreatif pendidikan juga masih lebih rendah kadar *reliability*nya dibandingkan jasa non rekreatif rumah sakit.

Tabel 9. Uji Mann-Whitney pada *Competence*

Bidang	Mean	P value	Kesimpulan	Keterangan
Rumah Sakit	4.72	0.000	Tolak Ho (Beda)	RS > Pend.
Pendidikan	4.17			
Rumah Sakit	4.72	0.050	Gagal Tolak Ho (Sama)	
Supermarket	4.58			
Rumah Sakit	4.72	0.002	Tolak Ho (Beda)	RS > Rest
Restoran	4.43			
Pendidikan	4.17	0.000	Tolak Ho (Beda)	Pend < Sup
Supermarket	4.58			
Pendidikan	4.17	0.011	Tolak Ho (Beda)	Pend < Rest
Restoran	4.43			
Supermarket	4.58	0.186	Gagal Tolak Ho (Sama)	
Restoran	4.43			

Dari Tabel 9 dapat disimpulkan bahwa variabel layanan *competence* pada rumah sakit sama dengan pada *supermarket*, tetapi lebih besar daripada pendidikan dan restoran. *Competence* pada pendidikan lebih kecil daripada *supermarket* dan restoran. Sedangkan *supermarket* dan restoran memiliki tingkat kepentingan yang sama untuk *competence*. Dengan demikian tidak dapat disimpulkan adanya beda antara jasa rekreatif dan jasa non rekreatif untuk variabel layanan *competence*.

Tabel 10. Uji Mann-Whitney pada *Courtesy*

Bidang	Mean	P value	Kesimpulan	Keterangan
Rumah Sakit	4.26	0.406	Gagal Tolak Ho (Sama)	
Pendidikan	4.32			
Rumah Sakit	4.26	0.002	Tolak Ho (Beda)	RS < Sup
Supermarket	4.55			
Rumah Sakit	4.26	0.005	Tolak Ho (Beda)	RS < Rest
Restoran	4.52			
Pendidikan	4.32	0.040	Tolak Ho (Beda)	Pend < Sup
Supermarket	4.55			
Pendidikan	4.32	0.067	Gagal Tolak Ho (Sama)	
Restoran	4.52			
Supermarket	4.55	0.856	Gagal Tolak Ho (Sama)	
Restoran	4.52			

Berdasarkan Tabel 10, rumah sakit dan pendidikan mempunyai tingkat kepentingan layanan *courtesy* yang sama, begitu pula antara pendidikan dengan restoran dan *supermarket* dengan restoran. Tetapi, *supermarket* dan restoran mempunyai tingkat kepentingan yang lebih besar daripada rumah sakit, sedangkan pendidikan lebih kecil daripada *supermarket*. Dengan demikian tidak dapat disimpulkan adanya beda antara jasa rekreatif dan jasa non rekreatif untuk variabel layanan *courtesy*.

Tabel 11. Uji Mann-Whitney pada Access

Bidang	Mean	P value	Kesimpulan	Keterangan
Rumah Sakit	3.93	0.431	Gagal Tolak Ho (Sama)	
Pendidikan	4.03			
Rumah Sakit	3.93	0.742	Gagal Tolak Ho (Sama)	
Supermarket	3.90			
Rumah Sakit	3.93	0.048	Tolak Ho (Beda)	RS > Rest
Restoran	3.64			
Pendidikan	4.03	0.255	Gagal Tolak Ho (Sama)	
Supermarket	3.90			
Pendidikan	4.03	0.008	Tolak Ho (Beda)	Pend > Rest
Restoran	3.64			
Supermarket	3.90	0.081	Gagal Tolak Ho (Sama)	
Restoran	3.64			

Dari Tabel 11, terlihat bahwa tingkat kepentingan layanan *access* pada rumah sakit, pendidikan dan *supermarket* adalah sama. Tingkat kepentingan antara *supermarket* dan restoran juga sama, tetapi tingkat kepentingan restoran lebih kecil daripada rumah sakit dan pendidikan. Dengan demikian tidak dapat disimpulkan adanya beda antara jasa rekreatif dan jasa non rekreatif untuk variabel layanan *access*.

Tabel 12. Uji Mann-Whitney pada Communication

Bidang	Mean	P value	Kesimpulan	Keterangan
Rumah Sakit	4.04	0.000	Tolak Ho (Beda)	RS < Pend.
Pendidikan	4.44			
Rumah Sakit	4.04	0.605	Gagal Tolak Ho (Sama)	
Supermarket	3.95			
Rumah Sakit	4.04	0.372	Gagal Tolak Ho (Sama)	
Restoran	4.13			
Pendidikan	4.44	0.000	Tolak Ho (Beda)	Pend > Sup
Supermarket	3.95			
Pendidikan	4.44	0.009	Tolak Ho (Beda)	Pend > Rest
Restoran	4.13			
Supermarket	3.95	0.187	Gagal Tolak Ho (Sama)	
Restoran	4.13			

Berdasarkan Tabel 12, terlihat bahwa layanan *communication* pada rumah sakit, *supermarket* dan restoran adalah sama, tetapi yang paling besar tingkat kepentingannya adalah pendidikan. Dengan demikian tidak dapat disimpulkan adanya beda antara jasa rekreatif dan jasa non rekreatif untuk variabel layanan *communication*.

Tabel 13. Uji Mann-Whitney pada *Understanding the Customer*

Bidang	Mean	P value	Kesimpulan	Keterangan
Rumah Sakit	4.17	0.077	Gagal Tolak Ho (Sama)	
Pendidikan	3.97			
Rumah Sakit	4.17	0.000	Tolak Ho (Beda)	RS > Sup
Supermarket	3.74			
Rumah Sakit	4.17	0.054	Gagal Tolak Ho (Sama)	
Restoran	3.94			
Pendidikan	3.97	0.053	Gagal Tolak Ho (Sama)	
Supermarket	3.74			
Pendidikan	3.97	0.869	Gagal Tolak Ho (Sama)	
Restoran	3.94			
Supermarket	3.74	0.079	Gagal Tolak Ho (Sama)	
Restoran	3.94			

Berdasarkan Tabel 13 terlihat bahwa rumah sakit, pendidikan, dan restoran mempunyai tingkat kepentingan yang sama untuk variabel layanan *understanding the customer*, tetapi *supermarket* mempunyai tingkat kepentingan yang lebih besar daripada rumah sakit meskipun antara pendidikan dengan *supermarket* dan pendidikan dengan restoran mempunyai tingkat kepentingan yang sama. Dengan demikian tidak dapat disimpulkan adanya beda antara jasa rekreatif dan jasa non rekreatif untuk variabel layanan *understanding the customer*.

Dari hasil Uji Mann-Whitney di atas, dapat dibuat urutan pengelompokan berdasarkan masing-masing bidang jasa menurut variabel layanannya, seperti tampak pada Tabel 14.

Tabel 14. Rekapitulasi Hasil Uji Mann-Whitney

Variabel	Urutan 1	Urutan 2	Urutan 3	Urutan 4
<i>Tangible</i>	Rumah Sakit, Pendidikan, Supermarket, Restoran			
<i>Reliability</i>	Rumah Sakit	Pendidikan, Supermarket, Restoran		
<i>Responsiveness</i>	Rumah Sakit, Pendidikan, Supermarket, Restoran			
<i>Competence</i>	Rumah Sakit	Supermarket	Restoran	Pendidikan
<i>Courtesy</i>	Supermarket	Restoran	Pendidikan	Rumah Sakit
<i>Credibility</i>	Rumah Sakit, Pendidikan, Supermarket, Restoran			
<i>Security</i>	Rumah Sakit, Pendidikan, Supermarket, Restoran			
<i>Access</i>	Rumah Sakit, Pendidikan	Supermarket	Restoran	
<i>Communication</i>	Pendidikan	Rumah Sakit, Supermarket, Restoran		
<i>Unders. Cust</i>	Rumah Sakit	Pendidikan	Restoran	Supermarket

Dari Tabel 14 dapat diketahui bahwa bidang jasa yang paling banyak terdapat pada urutan pertama yaitu rumah sakit, kecuali pada *courtesy* yang menempati urutan terakhir dan pada *communication* yang menempati urutan kedua. Sedangkan bidang jasa yang paling banyak menempati urutan ketiga yaitu restoran. Sedangkan variabel layanan yang penting untuk keempat bidang jasa adalah *tangible*, *responsiveness*, *credibility*, dan *security*.

4. KESIMPULAN

Dari hasil perbandingan bidang jasa rekreatif yang diwakili *supermarket* dan restoran, serta bidang jasa non rekreatif yang diwakili rumah sakit dan pendidikan/ perguruan tinggi, ternyata tidak ada beda tingkat kepentingan variabel layanan. Hal ini dikarenakan rumah sakit dan pendidikan memiliki karakteristik yang berbeda. *Supermarket* dan Restoran juga memiliki sedikit perbedaan karakteristik. Secara umum rumah sakit memiliki tingkat kepentingan yang tinggi pada semua variabel layanan, kecuali *courtesy*. Sedangkan *courtesy* dipilih sebagai variabel layanan yang penting pada restoran.

Pada rumah sakit, variabel layanan yang dinilai mempunyai derajat keeksklusifan paling tinggi oleh pasien dan penunggunya adalah *competence*. Sedangkan pada pendidikan, variabel layanan yang dinilai mempunyai derajat keeksklusifan paling tinggi adalah *security*. Pada *supermarket* layanan yang mempunyai derajat keeksklusifan paling tinggi adalah *security*. Sedangkan restoran mempunyai derajat keeksklusifan tertinggi pada *courtesy* dan *security*.

DAFTAR PUSTAKA

- Bhattacharya, G.K., R.A. Johnson, 1997. *Statistical Concepts and Methods*, Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Gaspersz, V., 1997. *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Matzler, K., Hinterhuber, H. H., Bailon, F., Sauerwein, E., 1996. "How to Delight Your Customers", *Journal of Product and Brand Management*, Vol. V(2), pp. 6-17.
- Susiani, M., 2004. "Pemetaan Tingkat Kepentingan Variabel-Variabel Layanan pada Rumah Sakit, Pendidikan, Supermarket, dan Restoran berdasarkan Survei Konsumen di Surabaya", *Skripsi Jurusan Teknik Industri*, No. 02010848/IND/2004, Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Zeithaml, V.A., A. Parasuraman and L.L. Berry, 1990. *Delivering Quality Service*. New York: The Free Press.