



IMPLIKASI KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK DI BADAN PUSAT STATISTIK PROVINSI JAWA BARAT

*Implications Of The Quality Of Services And Products In The Central Statistics
Agency Of West Java Province*

¹Yuni Anggorowati, ²Edah Jubaedah, ³Sani Susanto

¹BPS Provinsi Jawa Barat, ²STIA-Lembaga Administrasi Negara Bandung, ³Universitas Parahyangan

e-mail : ¹yunianggorowati@gmail.com, ²e_jubaedah@yahoo.com, ³srhsjr@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Article History :

Dikirim Tgl. : 01 Desember 2018

Revisi Pertama Tgl. : 08 April 2019

Diterima Tgl. : 24 Mei 2019

Kata Kunci :

pelayanan, SEM, kualitas produk,
kepuasan.

Keywords :

service, SEM, product quality,
satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelayanan publik yang dilakukan oleh Perpustakaan Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat sebagai unit pelayanan statistik terpadu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif konfirmatori. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Structural Equation Model* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan perpustakaan BPS Provinsi Jawa Barat termasuk dalam kategori baik; dan skor tertinggi pada indikator tangibel. Kualitas produk BPS Provinsi Jawa Barat juga termasuk dalam kategori baik dengan skor tertinggi pada *performance*. Variabel kepuasan responden terhadap perpustakaan BPS Provinsi Jawa Barat juga termasuk dalam kategori baik dengan skor terbesar dari *desires congruency* dan *expectations disconfirmation*. Berdasarkan analisis SEM, kualitas produk lebih besar pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna data daripada kualitas pelayanan. Kepuasan pengguna data pada indikator *perceived performance* mempunyai pengaruh terbesar dalam mengukur kepuasan pengguna data. Kualitas pelayanan pada indikator *reliability* mempunyai pengaruh terbesar dalam mengukur variabel kualitas pelayanan. Kualitas produk pada indikator *reliability of product* mempunyai pengaruh terbesar untuk mengukur kualitas pelayanan.

Abstract

This study aims to analyze public services conducted by Statistics of Jawa Barat as a unit of integrated statistical service. The research method used in this research is quantitative confirmatory. The data collection technique is done by distributing questionnaires. Data analysis techniques used to discuss the problems in this study is the analysis of Structural Equation Model (SEM). The results showed that the quality of services in Statistics of Jawa Barat library included in either category; and the highest score on tangible indicators. The quality of Statistics of Jawa Barat product is also included in the category with the highest score on performance. The variable of respondent's satisfaction toward Statistics of Jawa Barat library is also included in a good category with the biggest score from desires congruency and expectations disconfirmation. Based on SEM analysis, product quality has a greater effect on data user satisfaction than service quality. Data user satisfaction on perceived performance indicator has the greatest impact in measuring user data satisfaction. Quality of service on indicators of reliability has the greatest influence in measuring service quality variables. Product quality in reliability has the greatest influence to measure the quality of service.

A. PENDAHULUAN

Pelayanan Data Statistik Badan Pusat Statistik (BPS) adalah penyebarluasan hasil kegiatan statistik dalam bentuk data dengan berbagai jenis dan formatnya sebagaimana diatur Undang-undang. Selama ini BPS, khususnya BPS Provinsi Jawa Barat lebih menekankan pelayanan dan penyediaan data

bagi pemerintah pusat/daerah dan instansi lainnya dalam rangka perencanaan pembangunan baik di tingkat nasional maupun regional. Pelayanan secara langsung melalui unit perpustakaan, yang merupakan *frontdesk* dalam sistem pelayanan statistik terpadu (PST). Pengguna data yang berkunjung ke perpustakaan BPS Provinsi Jawa

Barat dari berbagai kalangan, mahasiswa, swasta, Pegawai Negri Sipil, Tentara Nasional Indonesia, Kepolisian Republik Indonesia, pelajar, atau yang lainnya. Sebagian besar pengguna data yang berkunjung ke perpustakaan BPS Provinsi Jawa Barat adalah mahasiswa (91%), dan sebanyak 9 persen adalah dari kalangan swasta, PNS/TNI/POLRI, pelajar dan lainnya.

Perkembangan kesadaran masyarakat akan arti pentingnya data statistik menyebabkan tuntutan akan kualitas data juga meningkat. Di samping itu keragaman jenis data juga harus disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, kemudahan dalam mengakses data juga suatu keharusan. Masyarakat menuntut pelayanan yang lebih cepat, lebih terjangkau, lebih mudah dan lebih baik. Tuntutan ini tak bisa dianggap remeh apalagi bila dikaitkan dengan Visi BPS menjadi "Pelopor Data Statistik Terpercaya Untuk Semua". Hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari dua, yaitu: pertama, kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengguna data; kedua, kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengguna data.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pengguna data pada perpustakaan BPS Provinsi Jawa Barat dalam bentuk model struktur kepuasan pengguna data. Penelitian ini secara spesifik membahas tentang pelayanan data statistik BPS, dan menggunakan Analisa *Structural Equation Modelling* (SEM).

B. LANDASAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan Publik

Menurut Fitzsimmons dan Fitzsimmons (Mulyadi, Gedeona, & Afandi, 2016) dalam meningkatkan pelayanan publik perlu memperhatikan aspek-aspek sebagai berikut:

- Fasilitas penunjang (*supporting facilities*); Fasilitas penunjang ini adalah berbagai prasarana dan sarana fisik (infrastruktur) yang harus tersedia sebelum pelayanan publik tertentu dapat diselenggarakan atau ditawarkan kepada masyarakat.
- Barang atau jasa pelengkap (*complimentary products/services*) adalah barang atau material atau
- dokumen, maupun jasa-jasa lainnya yang harus disediakan, dibeli dan atau digunakan oleh masyarakat calon pengguna layanan publik sebagai pelengkap selama proses pelayanan publik.
- Layanan eksplisit (*explicit services*), adalah wujud nyata sebagai substansi atau inti manfaat dari pelayanan publik yang diterima atau dirasakan oleh masyarakat.

- Manfaat tersirat (*Implicit services*) adalah manfaat yang secara psikologis dapat dirasakan oleh masyarakat secara ekstrinsik dari suatu layanan publik yang diselenggarakan oleh pemerintah.

Menurut Albrecht dan Zemke (Dwiyanto, 2005) bahwa kualitas pelayanan publik merupakan hasil interaksi dari berbagai aspek, yaitu sistem pelayanan, sumber daya manusia pemberian pelayanan, strategi, dan pelanggan (*customers*). Pengertian publik dalam pelayanan dibedakan menjadi publik sebagai *citizens* dan publik sebagai *customers*. Publik sebagai *citizens* adalah masyarakat yang dapat berperan aktif dalam pelayanan (Mulyadi, Gedeona, & Afandi, 2016). Sementara publik sebagai *customer* menurut Skelcher (Mulyadi, Gedeona, & Afandi, 2016) diidentifikasi sebagai individu yang spesifik, mempunyai kekuasaan yang luas dalam menetapkan kualitas pelayanan sehingga asumsi dalam pelayanan berorientasi pada kualitas. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan publik sebagai *customer* atau pelanggan.

Menurut Goetsch dan Davis, kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tangkilisan, 2007). Selanjutnya dalam kepentingan menilai kualitas pelayanan diperlukan keterlibatan dari kedua pihak yaitu yang dilayani dan yang melayani. Dari pengertian tersebut, kualitas mengandung elemen-elemen yang meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan, serta merupakan kondisi yang selalu berubah. Untuk itulah diperlukan suatu pemahaman tentang konsepsi kualitas pelayanan. Menurut Wyckof (Tjiptono, 1996):

"Kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan".

Menurut Parasuraman dkk (Jasfar, 2005) untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, ada indikator ukuran kepuasan konsumen yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan menurut apa yang dikatakan konsumen. Kelima dimensi *servqual* itu mencakup beberapa subdimensi sebagai berikut:

- Tangibles* (kualitas pelayanan yang berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu dan tempat informasi). Dimensi ini berkaitan dengan kemodernan peralatan yang digunakan, daya tarik fasilitas yang digunakan, kerapian petugas serta kelengkapan peralatan penunjang (pamflet atau *flow chart*).

- b. *Reliability* (kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya). Dimensi berkaitan dengan janji menyelesaikan sesuatu seperti diinginkan, penanganan keluhan konsumen, kinerja pelayanan yang tepat, menyediakan pelayanan sesuai waktu yang dijanjikan serta tuntutan pada kesalahan pencatatan.
- c. *Responsiveness* (kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen). Dimensi *responsiveness* mencakup antara lain : pemberitahuan petugas kepada konsumen tentang pelayanan yang diberikan, pemberian pelayanan dengan cepat, kesediaan petugas memberi bantuan kepada konsumen serta petugas tidak pernah merasa sibuk untuk melayani permintaan konsumen.
- d. *Assurance* (kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen). Dimensi *assurance* berkaitan dengan perilaku petugas yang tetap percaya diri pada konsumen, perasaan aman konsumen dan kemampuan (ilmu pengetahuan) petugas untuk menjawab pertanyaan konsumen.
- e. *Emphaty* (sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen). Dimensi *emphaty* memuat antara lain: pemberian perhatian individual kepada konsumen, ketepatan waktu pelayanan bagi semua konsumen, perusahaan memiliki petugas yang memberikan perhatian khusus pada konsumen, pelayanan yang melekat di hati konsumen dan petugas yang memahami kebutuhan spesifik dari masyarakatnya.

Mengacu kepada pendapat tersebut, maka variabel kualitas pelayanan terdiri dari dimensi: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* serta *emphaty*.

Kualitas Produk

Menurut Kotler and Amstrong (Kottler & Armstrong, 2008) arti dari kualitas produk adalah:

"the ability of a product to perform its functions, it includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes"

Menurut Tjiptono (2008:25), kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono (2008:25) adalah:

- a. *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.

- b. *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.
- c. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
- d. *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
- e. *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- f. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.
- g. *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.
- h. *Service ability*, meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramahan staf layanan.

Kualitas produk dalam penelitian ini adalah kualitas konten yaitu kualitas data dan kualitas tampilan buku publikasi. Untuk mengukur variabel kualitas produk, peneliti menjabarkan kualitas produk barang dan jasa dalam dimensi : *performance*, *durability*, *conformance to specifications*, *features*, *reliability*, *aesthetic*, *perceived quality*, dan *service ability*.

Kepuasan Publik

Publik atau masyarakat sebagai pihak yang menerima layanan menuntut untuk mendapatkan pelayanan yang lebih baik (*service excellence*). Demikian halnya menurut Ratminto dan Atik, (2005:28)

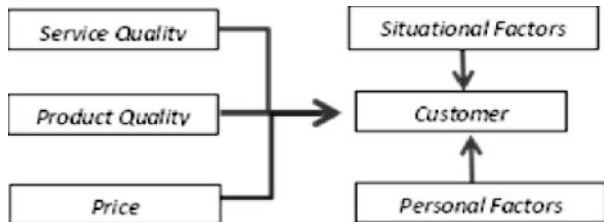
"Ukuran keberhasilan penyelenggaraan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima layanan".

Kepuasan penerima layanan sangat berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan, seperti yang diungkapkan Tjiptono (1996:56):

".....bahwa kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan"

Menurut Jasfar (2009:49) yang dimaksud dengan kepuasan konsumen terhadap suatu jasa adalah perbandingan antara persepsinya terhadap jasa yang diterima dengan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut.

Gambar 1. Customer Satisfaction Model.



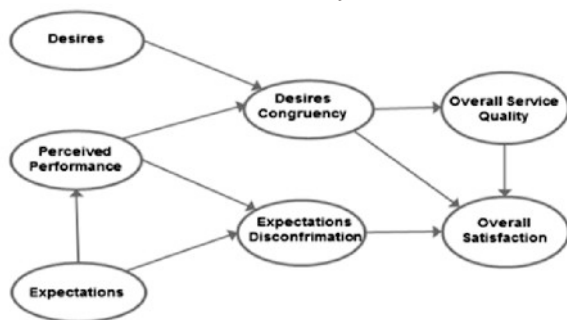
(Zeithaml dan Bitner, 2003:85)

Berdasarkan Gambar 1. faktor harga tidak termasuk dalam penelitian, karena pelayanan data di perpustakaan BPS Provinsi Jawa Barat gratis, jika ada biaya yang harus dibayarkan pun merupakan Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) yang tidak mengacu kepada harga pasar pada umumnya. Demikian halnya dengan *situasional factors* dan *personal factors* tidak tercakup dalam penelitian ini.

Kepuasan dari suatu produk atau layanan menurut Spreng, MacKenzie, dan Olshavsky (1996:15) ditentukan oleh *attribute satisfaction* (kepuasan dari beberapa atribut) dan *information satisfaction* (kepuasan informasi yang disediakan) yang dirasakan sendiri oleh pelanggan sesuai dengan *desire* (keinginan) dan *expectation* (harapan) dari persepsi pelanggan. Selanjutnya Spreng dan Mackoy (1996:203) mencoba untuk meningkatkan pemahaman tentang konstruksi persepsi kualitas layanan dan kepuasan konsumen.

Gambar 2.

Model of Perceived Quality and Satisfaction.



(Spreng and Mackoy, 1996 : 209).

Model pada Gambar 2 merupakan modifikasi dari model Oliver yang menyoroti efek harapan, keinginan kinerja yang dirasakan, kongruensi yang diinginkan dan harapan diskonfirmasi pada kualitas layanan secara keseluruhan dan kepuasan pelanggan (Seth, et.all. 2005:925). Model menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan adalah hal yang berbeda dan keselarasan keinginan mempengaruhi kepuasan. Sebuah

penentu utama kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah memenuhi keinginan pelanggan. Meningkatnya ekspektasi memiliki efek positif pada persepsi kepuasan pelanggan terhadap kinerja, tetapi mereka juga memiliki efek negatif pada kepuasan melalui diskonfirmasi. Spreng dan Mackoy (1996:205) menyatakan dimensi kepuasan adalah:

Desires, predictive expectations, perceived performance, desires congruency and expectations disconfirmation were each measured for ten attributes.....

Sepuluh atribut tersebut adalah:

1. *Convenience in making an appointment*, kenyamanan dalam membuat perjanjian.
2. *Friendliness of the staff*, keramahan petugas
3. *Advisor listened to my questions*, penasihat mendengarkan pertanyaan
4. *The advisor provided accurate information*, penasihat memberikan informasi yang akurat
5. *The knowledge of the advisor*, pengetahuan penasihat
6. *The advice was consistent*, nasihat yang diberikan konsisten
7. *Advisor helped in long range planning*, penasihat telah membantu dalam perencanaan jangka panjang
8. *The advisor helped in choosing the right courses for career*, penasihat membantu dalam memilih kursus yang tepat untuk menunjang karir
9. *Advisor was interested in personal life*, penasihat tertarik kepada kehidupan pribadi.
10. *The officers were professional*, petugas bersikap profesional

Kesepuluh atribut tersebut digunakan oleh Spreng dan Mackoy dalam penelitiannya di sebuah sekolah untuk mengetahui aspek kunci dari hubungan *perceived service quality* dengan *satisfaction*.

Dalam penelitian ini pengukuran variabel kepuasan mengacu kepada pendapat Spreng dan Mackoy (1996:204), yaitu:

1. *Desires*, keinginan digunakan untuk mengoperasionalkan standar yang digunakan sebagai pembandingan atau kondisi ideal. *Desires* adalah tingkat kualitas pelayanan yang ingin diterima.
"The desires questions asked for the level of service the student wants to receive....".
2. *Predictive Expectations*, ekspektasi yang terprediksi adalah tingkat kualitas pelayanan yang dipercayai akan diterima.
".....the expectations questions asked about the level of service the student believed they would actually receive".
3. *Perceived performance*, kinerja yang diterima

adalah persepsi atas pengalaman pelayanan yang telah diterima.

"Perceived performance was measured by asking for the student's perception of their advising experience".

4. *Desires congruency*, kesesuaian atau keselarasan dengan keinginan adalah persepsi terhadap perbedaan antara pelayanan yang diinginkan dengan yang diterima.

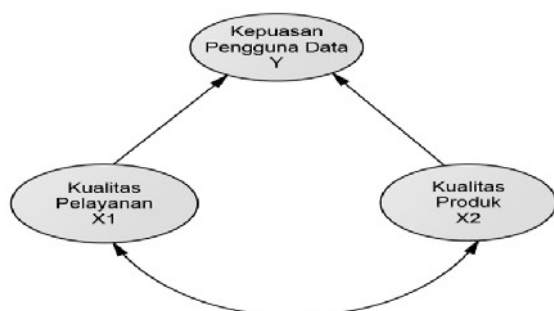
"To measure desires congruency for each attribute the subjects were asked for their subjective assessment of the ...difference between what you desired and what you received".

5. *Expectations disconfirmation*, harapan yang terdiskonfirmasi adalah penilaian terhadap perbedaan antara yang diantisipasi atau diharapkan akan diterima dengan yang senyatanya diterima.

"Subjects were asked to assess the difference between what they anticipated they would receive and what they actually received".

C. METODE

Berdasarkan landasan teoretis maka terbentuklah kerangka pemikiran manajerial yang dihasilkan dalam bentuk model teoretis sebagai berikut:



Gambar 3. Model Teoretis

Menurut Hair dkk (Ferdinand, 2016:193) terdapat tujuh langkah dalam analisa SEM. Langkah-langkah tersebut adalah sebagai berikut:

Langkah 1. Pengembangan model teoritis.

Langkah ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana interaksi antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pengguna data. Penelitian ini ingin menguji hubungan-hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pengguna data. Persamaan dalam SEM menggambarkan semua hubungan antar-konstruk (variabel dependen dan independen) yang terlibat dalam analisis. Konstruk adalah faktor yang tidak dapat langsung diukur atau faktor latent yang direpresentasikan dengan beberapa variabel. Selain memperhitungkan variabel-variabel yang dapat diukur secara

langsung (variabel manifest) tapi dapat juga mengukur variabel yang tidak dapat diukur secara langsung (variabel latent) yang seringkali muncul dalam penelitian sosial. Pengukuran variabel latent direpresentasikan oleh beberapa indikator.

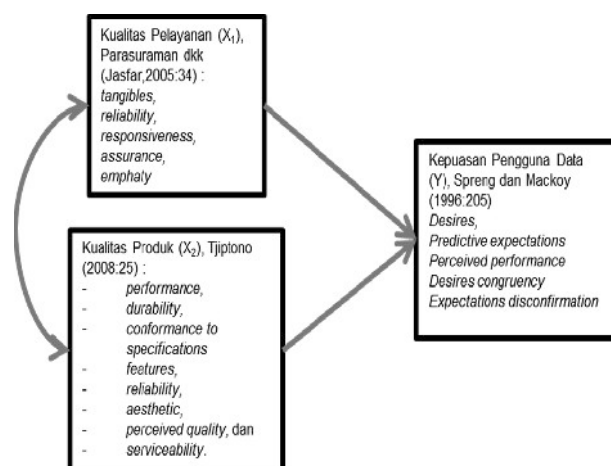
Model teoretis yang telah dibangun akan diuraikan dan dikembangkan menjadi model yang *researchable* untuk dapat dianalisis dengan menggunakan SEM. Konstruk (variabel laten) dan dimensi-dimensi yang akan diteliti dari model teoretis disajikan pada tabel berikut :

Tabel 1. Bangunan Model Teoretis

Konstruk penelitian	Dimensi konstruk
Kualitas pelayanan	Tangibles
	Reliability
	Responsiveness
	Assurance
	Emphaty
Kualitas produk	Performance
	Durability
	Conformance to spesifications
	Features
	Reliability
	Aesthetic
	Perceived Quality
Kepuasan Pengguna Data	Serviceability
	Desires
	Predictive Expectations
	Perceived Performance
	Desires Congruency
	Expectations disconfirmation

Langkah 2. Pengembangan diagram alur (Path diagram).

Setelah model berbasis teori dikembangkan pada langkah pertama, selanjutnya model tersebut disajikan dalam sebuah *pathdiagram* untuk dapat diestimasi dengan menggunakan program AMOS. Dalam model penelitian ini, yang menjadi perhatian utama adalah variabel konsep abstrak psikologi pengguna data. Berikut adalah penulisan dan penggambaran variabel-variabel dalam penelitian ini.



Gambar 4. Diagram Alur

Berdasarkan Gambar 4. Terdapat 3 variabel yaitu latent, manifest dan structural. Variabel latent (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung). Variabel latent digambarkan dengan bentuk bulat oval atau elips. Variabel latent eksogen yang digunakan dalam penelitian ini dilambangkan dengan X_1 (Kualitas Pelayanan) dan X_2 (Kualitas Produk). Sedangkan variabel latent endogen dilambangkan dengan variabel Y (Kepuasan Pengguna Data). Dalam bentuk grafis, variabel latent endogen menjadi target dengan satu anak panah ($\rightarrow$) atau hubungan regresi, sedangkan variabel latent eksogen menjadi target dengan 2 anak panah ($\leftrightarrow$) atau hubungan korelasi.

Variabel *Manifest* Variabel manifest adalah variabel yang langsung dapat diukur dan digunakan sebagai indikator pada konstruk latent. Variabel manifest digambarkan dengan simbol kotak, dan merupakan pembentuk konstruk latent. Variabel ini diwujudkan dengan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan skala likert. Variabel manifest untuk membentuk konstruk latent eksogen diberi simbol X dan untuk konstruk latent endogen diberi simbol Y .

Model Struktural, Model struktural menggambarkan hubungan antar variabel latent dalam hubungan linier. Parameter yang digunakan untuk menggambarkan hubungan regresi antar variabel latent eksogen ke variabel endogen ditulis dengan lambang β , sedangkan hubungan korelasi antara variabel latent eksogen ditulis dengan lambang ϕ . Hubungan korelasi antara kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) dinyatakan dengan simbol ϕ_{12} . Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengguna data ditulis dengan lambang β_1 , sedangkan hubungan kualitas produk dengan kepuasan pengguna data ditulis dengan lambang β_2 . Sedangkan hubungan antara variabel latent dengan variabel manifest ditulis dengan lambang λ .

1) Kesalahan Struktural (*Structural Error*)

Suatu hal yang tidak mungkin untuk melakukan prediksi secara sempurna, oleh karena itu SEM memasukkan kesalahan struktural yang ditulis dengan notasi ' r_i '. Kesalahan struktural ini dikorelasikan dengan variabel latent.

2) Model Pengukuran (*Measurement Model*)

Variabel latent dihubungkan oleh variabel manifest dengan bentuk multiple measure, atau disebut juga sebagai *factor analytic measurement model*. Setiap variabel latent dibuat model sebagai faktor umum dari pengukurannya (variabel manifest). Nilai yang menghubungkan variabel latent dengan pengukurannya diberi simbol λ .

3) Kesalahan Pengukuran (*Measurement Error*)

Kesalahan pengukuran yang berhubungan

dengan pengukuran kualitas pelayanan dan kualitas produk diberi lambang ' e_i ' dan yang berhubungan dengan pengukuran kepuasan pengguna data diberi lambang ' e_i '.

Langkah 3. Konversi diagram jalur ke dalam persamaan struktural dan model pengukuran.

Langkah ini bertujuan untuk melakukan konversi diagram jalur menjadi persamaan, baik persamaan struktural maupun persamaan model pengukuran. Tahap ini dilakukan secara otomatis oleh software AMOS.

Langkah 4. Memilih jenis matriks input dan estimasi model yang diusulkan.

Mengacu kepada model yang telah ditetapkan, langkah berikutnya adalah memilih jenis input yang sesuai. Menurut Hair dkk (Ferdinand, 2016: 197) bila yang diuji adalah hubungan kausalitas maka disarankan input yang digunakan adalah kovarians. Karena penelitian ini akan menguji hubungan kausalitas, maka jenis matriks input yang dipilih adalah kovarians. Selanjutnya adalah menentukan metode estimasi model yang diusulkan. Estimasi model yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Maximum Likelihood yang menjadi default dari program AMOS. Sebelum dilakukan estimasi model terlebih dahulu dilakukan uji asumsi. Langkah yang harus dilakukan adalah menilai apakah data yang akan diolah memenuhi asumsi persamaan pengukuran maupun persamaan struktural. Asumsi tersebut adalah :

- i. Asumsi kecukupan ukuran sampel
- ii. Normalitas dan Linieritas
- iii. *Outliers*
- iv. *Multicollinearity* dan *singularity*

Setelah seluruh asumsi dasar terpenuhi maka tahapan estimasi dengan metode Maximum Likelihood dapat dilanjutkan dan terdiri dari dua tahap yaitu :

1. *Confirmatory Factor Analysis*, dalam tahap ini terdapat dua uji dasar terhadap model pengukuran (*measurement model*) yaitu :

- a. Uji Kesesuaian Model (*Goodness of fit Test*)
- b. Uji Signifikansi *Loading Factor*

Menurut Ferdinand (2014: 24-25) terdapat dua macam pengujian yang dilakukan terhadap signifikansi *loading factor* yaitu :

- 1) Nilai *loading factor* $\geq +0,5$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel indikator merupakan anggota yang dapat menjelaskan variabel laten yang dibentuk. Sebaliknya jika nilainya adalah negatif, artinya variabel indikator tidak memiliki makna untuk menjelaskan sebuah identitas tertentu.
- 2) Koefisien nilai *loading factor* yang

diperoleh (dalam output software AMOS disebut sebagai *regression weight*) adalah signifikan tidak sama dengan nol. Signifikansi ini diuji dengan menggunakan rumus:

$$CR = \frac{Estimate}{Standard Error of Estimate} \geq 2$$

Bila CR atau Critical Ratio dari estimate atau koefisien yang dicari itu lebih besar atau sama dengan 2 maka dapat disimpulkan bahwa koefisien *loading factor* yang dihasilkan signifikan.

2. *Full Structural Equation Model*, digunakan untuk menguji model kausalitas (model teoretis) yang telah dinyatakan pada gambar 2. Pada tahap ini juga dilakukan uji dasar terhadap model struktur yaitu:

- a. Uji Kesesuaian Model (*Goodness of fit Test*)
- b. Uji Kausalitas (*Regression Test*)

Penilaian model (*model assessment*) atau uji kesesuaian model (*Goodness of fit Test*), untuk menilai sampai seberapa jauh sebuah model yang dihipotesiskan sesuai (*fit*) dan cukup mampu untuk menjelaskan data sampel yang ada. Penilaian sebuah model, dilakukan dengan cara melihat kecukupan masing-masing parameter estimasi maupun model secara keseluruhan. *Feasibilitas* estimasi parameter dengan cara melihat tanda dan ukuran yang benar dan konsisten dengan teori yang menjadi dasar pengembangan model dan mematuhi pedoman yang telah ditentukan. Dalam analisis SEM tidak ada alat uji statistik tunggal untuk mengukur atau menguji hipotesis mengenai model (Hair et.al, dalam Ferdinand, 2014:66). Pengujian dilakukan dengan menggunakan beberapa fit indeks untuk mengukur kebenaran model yang diajukan.

Berikut disajikan beberapa indeks kesesuaian (Indeks *Goodness of fit*) dan cut-off valuenya untuk digunakan dalam menguji apakah sebuah model dapat diterima atau tidak.

- 1) χ^2 - Chi-square statistic
 χ^2 adalah uji statistik mengenai adanya perbedaan antara matriks kovarian populasi dengan matriks kovarian sampel. Nilai χ^2 harus kecil, semakin kecil semakin baik.
- 2) CMINDF atau relative χ^2
CMIN (the minimum sample discrepancy function) dibagi dengan *degree of freedom*nya digunakan untuk membuat kesimpulan bahwa nilai χ^2 relatif yang tinggi menandakan adanya perbedaan yang signifikan antara matriks kovarians yang diobservasi dan yang diestimasi. Nilai CMIN/DF yang diharapkan adalah sebesar $\leq 2,0$.
- 3) RMR – *The Root Mean Square Residual*
 RMR menggambarkan rata-rata nilai residual

antara dua matriks yang dihipotesiskan. RMR yang rendah adalah yang baik dan RMR dengan nilai nol mengindikasikan kesesuaian model yang sempurna (*a perfect fit*). Bila menggunakan kovarians yaitu default dari AMOS, hasil RMR tidak perlu diinterpretasikan (Ferdinand, 2016:68)

- 4) GFI (*Goodness of Fit Index*)

GFI adalah ukuran relatif jumlah varians dan kovarians dalam S (matriks kovarians data sampel) yang dijelaskan oleh Σ (matriks kovarians populasi). GFI adalah ukuran non-statistikal yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1,0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah “*better fit*”. Nilai yang diharapkan adalah lebih besar atau sama dengan 0,90 ($GFI \geq 0,90$).

- 5) AGFI-*Adjusted Goodness of fit Index*

AGFI adalah GFI yang diadjust terhadap *degrees of freedom* yang tersedia untuk menguji diterima tidaknya model, dengan menggunakan rumus:

$$AGFI = \frac{1-GFI}{1 - \frac{\text{Jumlah parameter estimasi}}{\text{jumlah sample moments}}}$$

Tingkat penerimaan yang direkomendasikan oleh Hair dkk adalah bila AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0,90 (Ferdinand, 2016:69). GFI maupun AGFI adalah kriteria yang memperhitungkan proporsi tertimbang dari varians dalam sebuah matriks kovarians sampel. Menurut Hulland dkk (Ferdinand, 2016:69) interpretasi hasil GFI dan AGFI adalah sebagai berikut:

GFI/AGFI	Tingkatan	Evaluasi
0,95	<i>Good overall model fit</i>	Baik
0,90 – 0,95	<i>Adequate fit</i>	Cukup
< 0,90	<i>Marginal</i>	Marjinal

- 6) PGFI – *Parsimony Goodness of fit Index*

Indeks ini mempertimbangkan kompleksitas model (yaitu jumlah parameter yang diestimasi). Diperoleh dengan rumus:

$$AGFI = \left[1 - \frac{\text{Jumlah parameter estimasi}}{\text{jumlah sample moments}} \right] (GFI)$$

Dalam output AMOS sudah tersedia.

- 7) NFI – *Normed Fit Index*

Indeks ini diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$NFI = \frac{CMIN_{nd} - CMIN_{M}}{CMIN_{nd}}$$

Nilai yang diharapkan adalah 0,95 dan jika bernilai 1,0 mengindikasikan sebuah *perfect fit*.

- 8) RLI – *Relative Fit Index*

Merupakan derivat dari NFI dengan nilai

koefisien dari nol hingga 1,0 dimana nilai yang dekat dengan 0,95 mengindikasikan superior fit.

- 9) *IFI – Incremental Fit Index*
Indeks ini menjelaskan sederhananya suatu model serta ukuran sampel yang digunakan. Nilai yang mendekati 1,0 manandakan model ini fit.
- 10) *TLI (Tucker Lewis Index)*
TLI adalah sebuah alternatif *incremental fit index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah baseline model (Baumgartner & Homburg dalam Ferdinand, 2014 : 72). TLI yang diharapkan adalah sebesar >0,95, jika dibawah 0,95 model diterima secara marginal.
- 11) *CFI (Comparative Fit Index)*
Besaran indeks ini adalah pada rentang nilai sebesar 0 – 1, dimana semakin mendekati 1, mengindikasikan tingkat fit yang paling tinggi (Arbuckle dalam Ferdinand, 2014 : 72). Nilai yang direkomendasikan adalah CFI >0,95.
- 12) *PRATIO – Parsimoni Ratio*
Ratio parsimoni – rasio kesederhanaan model mengekspresikan jumlah konstrain yang digunakan dalam model sebagai fraksi dari jumlah konstrain dalam model independen.
- 13) *PNFI – Parsimony Adjustment to the NFI*
Indeks ini didapat dari hasil perkalian Pratio x NFI, diharapkan nilainya di atas 0,50.
- 14) *PCFI – Parsimony Adjustment of the CFI*
Indeks ini didapat dari hasil perkalian Pratio x CFI, diharapkan nilainya di atas 0,50.
- 15) *NCP – Non Centrality Parameter*
NCP adalah sebuah parameter tetap yang berhubungan dengan degrees of freedom. Nilai ini sama dengan nilai χ^2 dikurangi degrees of freedom nya.
- 16) *FMIN – Minimum Discrepancy Function*
Angka ini menunjukkan tercapainya tingkat diskrepansi minimum, yang digunakan untuk menghitung χ^2 dari model yang dikembangkan.
- 17) *RMSEA (The Root Mean Square Error of Approximation)*
RMSEA adalah sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi *chi-square statistic* dalam sampel yang besar (Baumgartner & Homburg dalam Ferdinand, 2014 : 74). Nilai yang diharapkan adalah sebesar $\leq 0,08$. Setelah kesesuaian model diuji (model fit) dan dibandingkan dengan nilai kritisnya maka dapat disimpulkan kesesuaian model yang telah dibuat.
- 18) *AIC – Akaike Information Criterion dan CAIC – Consisten AIC*

AIC dan CAIC digunakan untuk membandingkan dua model dari sudut parsimoninya yaitu nilai AIC dan CAIC yang lebih rendah menunjukkan itulah model yang lebih fit atau lebih sesuai.

- 19) *BCC – Brown-Cudeck Criterion dan BIC – Bayes Information Criterion.*
Keduanya mempunyai peranan yang sama dengan AIC dan CAIC, bila hasilnya dibandingkan dengan angka pada independence modelnya lebih rendah maka model ini memenuhi kaidah parsimoni.
- 20) *ECVI – Expected Cross Validation Index*
ECVI digunakan sebagai alat untuk menilai dalam satu sample tertentu kemungkinan bahwa model dapat diterapkan pada sampel lain dengan ukuran yang sama dalam populasi yang sama. ECVI digunakan untuk membandingkan beberapa model, dimana indeks ECVI yang paling kecil memiliki potensi paling besar untuk direplikasi.
- 21) *MECVI: Indeks ini sangat identik dengan BCC, perbedaanya terletak pada scale factor yang digunakan.*
- 22) *Hoelter's 0,05 dan Hoelter's 0,01*
Statistik Goodness of fit yang terakhir dalam AMOS adalah Critical N yang dikembangkan oleh Hoelter (Ferdinand, 2016: 76). Indeks ini menjelaskan mengenai tingkat kecukupan sampel yang digunakan dalam analisis. Critical N sebesar 200 menunjukkan *satisfactory fit*.

Seluruh indeks yang telah diuraikan secara otomatis telah disajikan dalam *text output* AMOS. Untuk dapat menguji kelayakan model indeks-indeks tersebut dapat dibandingkan dengan nilai acuan atau *cut off value* yang disajikan secara ringkas pada tabel 2.

Tabel 2.
Cut off value Goodness of fit Indices

Goodness of fit Index	Cut off value
χ^2 Chi-square	Diharapkan kecil
Significance Probability	$\geq 0,05$
CMINDF	$\leq 2,00$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
PGFI	$\geq 0,50$
NFI	$\geq 0,95$
RFI	$\geq 0,95$
IFI	Mendekati 1,0
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$
PNFI	$\geq 0,50$
PCFI	$\geq 0,50$
CNP	Lihat posisi χ^2
RMSEA	Antara 0,03 – 0,08
AIC, CAIC, BCC, BIC, ECVI, MECVI	Lebih kecil dari
VI	Independent model
Hoelter Critical N (1% dan 5 %)	≥ 200

Langkah 5. Menilai kemungkinan munculnya masalah identifikasi model.

Dalam software AMOS, masalah identifikasi akan langsung diatasi oleh program, bila estimasi tidak dapat dilakukan maka akan muncul pesan bahwa telah terjadi masalah identifikasi. Salah satu indikator bahwa tidak terjadi masalah identifikasi adalah besarnya *degree of freedom* yang positif, sehingga model dapat dilanjutkan.

Langkah 6. Evaluasi kriteria *Goodness-of-fit*

Evaluasi dilakukan terhadap ketepatan model pada dasarnya telah dilakukan pada langkah sebelumnya. Secara lengkap evaluasi terhadap model yang dapat dilakukan sebagai berikut:

- Evaluasi Normalitas dan Linieritas
- Evaluasi *Outliers*
- Evaluasi *Multicollinearity* dan *singularity*
- Evaluasi kriteria *Goodness-of-fit*
- Analisis atas *direct effect*, *indirect effect* dan *total effect*.

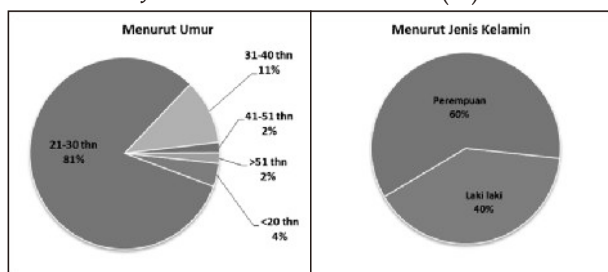
Langkah 7. Interpretasi dan modifikasi model

Setelah model dinyatakan diterima, maka dapat mempertimbangkan dilakukannya modifikasi model untuk memperbaiki penjelasan teori atau *goodness-of-fit* jika diperlukan. Jika dimodifikasi, maka model tersebut harus diestimasi dengan data terpisah sebelum modifikasi model diterima. Setelah seluruh tahapan dilakukan maka diperoleh model struktural yang telah teruji, sehingga dapat dilakukan interpretasi hasil.

D. PEMBAHASAN

Berikut ini disajikan persentase distribusi responden berdasarkan karakteristik responden menurut jenis kelamin dan umur.

Grafik 1. Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin dan Umur (%)



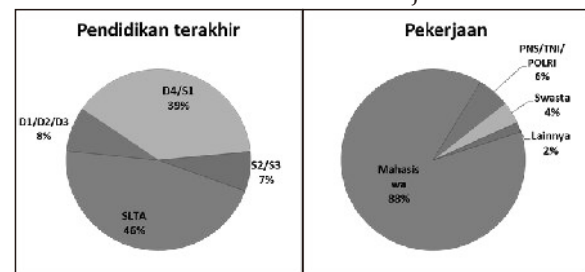
Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian Tahun 2017

Dari grafik 1. terlihat bahwa profil responden yang mengunjungi perpustakaan BPS Provinsi Jawa Barat, mayoritas responden adalah perempuan yaitu mencapai 137 orang (60,09%) dari total responden 228 orang. Jika dilihat umurnya, maka yang terbanyak adalah responden yang berumur antara 21 - 30 tahun yaitu sebanyak 186 orang (81,58%).

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan dan Pekerjaan

Berikut ini disajikan persentase distribusi responden berdasarkan karakteristik responden menurut pendidikan terakhir dan jenis pekerjaan.

Grafik 2. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan dan Pekerjaan



Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer Penelitian Tahun 2017

Gambaran responden berdasarkan pendidikan terakhir pada grafik 2. terlihat bahwa sebagian besar berpendidikan SLTA atau yang sederajat yaitu sebanyak 105 orang (46,05%). Selanjutnya adalah responden dengan pendidikan D4/S1 sebanyak 39,04 persen, pendidikan D1/D2/D3 sebanyak 7,89 persen dan pendidikan S2/S3 sebanyak 7,02 persen. Dari profil tersebut dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden yang mengunjungi perpustakaan berpendidikan SLTA.

Sedangkan dari sisi jenis pekerjaan, mayoritas responden adalah mahasiswa yaitu 202 responden dari 228 responden atau sebesar 88,6 persen, selanjutnya sebanyak 5,7 persen berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil/Tentara Nasional Indonesia, sebanyak 3,95 persen swasta, dan 1,75 persen lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna data yang berkunjung ke perpustakaan BPS Provinsi Jawa Barat adalah mahasiswa dengan berbagai keperluan, terutama dalam rangka menyelesaikan tugas akhir. Dilihat dari pendidikan terakhir yang ditamatkan mayoritas adalah SLTA dan Diploma 4/Strata 1 sehingga dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini sebagian besar adalah mahasiswa diploma, strata 1 dan strata 2. Dengan melihat rentang usia responden sebagian besar antara 21-30 tahun konsisten dengan kesimpulan tersebut. Fenomena yang cukup menarik adalah responden perempuan dua kali lebih banyak daripada responden laki-laki. Dalam penelitian ini tidak cukup bukti untuk menganalisis mengapa terjadi fenomena tersebut. Dugaan sementara adalah responden perempuan lebih kooperatif dalam penelitian ini.

2. Deskripsi Variabel

Deskripsi variabel yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui gambaran pendapat responden tentang variabel penelitian. Pada deskripsi variabel digunakan penghitungan skor untuk keseluruhan variabel dalam penelitian ini. Teknik skoring yang digunakan adalah

pendekatan penilaian Likert dengan skor persepsi responden dari minimum 1 dan maksimal 4. Hasil perhitungan skor untuk keseluruhan variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Skor Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan diukur menggunakan lima indikator dan hasil skor menurut responden disajikan sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Penghitungan Skor Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Item pertanyaan	Indikator	Frekuensi Jawaban				Jml Skor	Skor Indikator	Persentase skor	Kategori
		1	2	3	4				
KL1	x11	4	14	15	58	720	713	78,15	Baik
KL2		3	12	15	58	724			
KL3		2	32	15	42	690			
KL4		3	10	16	49	717			
KL5	x12	4	26	17	28	678	682	74,73	Baik
KL6		4	25	16	34	685			
KL7	x13	4	20	17	32	688	687	75,33	Baik
KL8		4	18	17	28	686			
KL9	x14	2	20	18	18	678	693	75,99	Baik
KL1		-	14	17	38	708			
KL1	x15	5	29	17	19	664	670	73,41	Baik
KL1		4	25	17	24	675			

Sumber : Data primer penelitian diolah, 2017

Tabel 3 menunjukkan bahwa skor tanggapan responden untuk kualitas pelayanan dalam kategori baik, terlihat dari jumlah responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju dengan pernyataan positif dari indikator kualitas pelayanan. Skor indikator merupakan komposit dari skor item-item pertanyaan pada masing-masing indikator, untuk kemudian menjadi skor indikator dan dinyatakan dalam persentase. Adapun skor indikator kualitas pelayanan disajikan pada tabel 2 berikut.

Tabel 4. Skor Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator	Skor	Persentase Skor	Kategori
Tangibles (x_{11})	712,75	78,15	Baik
Assurance (x_{14})	693,00	75,99	Baik
Responsiveness (x_{13})	687,00	75,33	Baik
Reliability (x_{12})	681,50	74,73	Baik
Emphaty (x_{15})	669,50	73,41	Baik
Kualitas Pelayanan (X₁)	688,75	75,52	Baik

Sumber : Data primer penelitian diolah, 2017

Dari tabel 4. terlihat bahwa indikator x_{11} yaitu tangibles memiliki skor tertinggi. Indikator tangibles diukur dari empat pertanyaan dalam kuesioner yang meliputi kenyamanan ruangan, kerapian dan kebersihan, fasilitas pendukung serta penampilan petugas. Pada awal penelitian, pembangunan dan peremajaan penampilan perpustakaan BPS Provinsi Jawa Barat baru selesai dilakukan sehingga mendapatkan apresiasi yang baik dari responden. Namun demikian masih belum mencapai target

poin sempurna, bahkan belum masuk dalam kategori sangat baik. Indikator assurance (x_{14}) mempunyai skor terbesar kedua. Assurance diukur dari dua pertanyaan tentang perilaku petugas yang mempunyai pengetahuan dan keterampilan untuk melayani pengguna data serta adanya jaminan tidak ada pungutan biaya diluar ketentuan yang telah ditetapkan. Selanjutnya adalah indikator responsiveness (x_{13}) yang diukur dari dua pertanyaan tentang kesiapan petugas dalam membantu pengguna data dalam menemukan data atau buku publikasi yang diinginkan baik secara fisik maupun pada digital library. Kesiapan petugas dalam melayani pengguna data menurut persepsi responden masih belum mencapai skor tinggi atau sangat baik. Indikator reliability (x_{12}) diukur dengan dua pertanyaan tentang kehandalan BPS Provinsi Jawa Barat dalam memenuhi janji kemudahan dan adil dalam pelayanan sesuai dengan maklumat pelayanan. Skor terkecil terdapat pada indikator emphaty (x_{15}) yang diukur dari dua pertanyaan tentang kemampuan petugas dalam memberikan solusi dalam permasalahan data statistik dan kesediaan dalam pelayanan data melalui email kepada pengguna data. Secara keseluruhan skor dari 12 item pertanyaan dan lima indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan, seluruhnya termasuk dalam kategori baik.

b. Skor Variabel Kualitas Produk (X2)

Kualitas produk diukur menggunakan delapan indikator dengan hasil persepsi responden sebagai berikut.

Tabel 5. Hasil Penghitungan Skor Variabel Kualitas Produk (X2)

Item pertanyaan	Indikator	Frekuensi Jawaban				Jml Skor	Skor Indikator	Persentase skor	Kategori
		1	2	3	4				
KP13	x21	3	13	182	30	695	692	75,88	Baik
KP14		5	20	168	35	689			
KP15	x22	4	9	197	18	685	679	74,49	Baik
KP16		5	37	170	16	653			
KP17		6	26	142	54	700			
KP18	x23	6	48	158	16	640	662	72,55	Baik
KP19		6	19	185	18	671			
KP20		9	20	171	28	674			
KP21	x24	8	19	169	32	681	681	74,67	Baik
KP22		5	17	182	24	681			
KP23	x25	7	12	185	24	682	663	72,70	Baik
KP24		7	17	164	40	693			
KP25		6	76	128	18	614			
KP26	x26	2	22	186	18	676	675	74,01	Baik
KP27		-	30	178	20	674			
KP28	x27	-	4	204	20	700	702	76,97	Baik
KP29		-	4	200	24	704			
KP30	x28	4	20	188	16	672	672	73,68	Baik

Sumber : Data primer penelitian diolah, 2017

Pendapat responden tentang kualitas produk terlihat pada tabel 5, bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju tentang kualitas produk. Jumlah item pertanyaan untuk kualitas produk sebanyak 12 item dengan mayoritas jawaban responden kode 3 (setuju). Skor indikator kualitas produk merupakan komposit dari setiap item pertanyaan pada masing-masing indikator. Selanjutnya skor indikator dinyatakan dalam persentase. Adapun skor indikator kualitas produk disajikan pada tabel 6. berikut.

Tabel 6. Skor Indikator Kualitas Produk

Indikator	Skor	Persenta-se Skor	Kategori
<i>Perceived to quality</i> (x_{27})	702,00	76,97	Baik
<i>Performance</i> (x_{21})	692,00	75,88	Baik
<i>Features</i> (x_{24})	681,00	74,67	Baik
<i>durability</i> (x_{22})	679,33	74,49	Baik
<i>aesthetic</i> (x_{26})	675,00	74,01	Baik
<i>serviceability</i> (x_{28})	672,00	73,68	Baik
<i>reliability of product</i> (x_{25})	663,00	72,70	Baik
<i>conformance to spesification</i> (x_{23})	661,67	72,55	Baik
Kualitas Produk (X_2)	678,25	74,37	Baik

Sumber : Data primer penelitian diolah, 2017

Pada tabel 6. terlihat bahwa indikator *perceived to quality* (x_{27}) mempunyai skor tertinggi, yang diukur dari dua pertanyaan tentang reputasi dan kualitas data statistik BPS. Ini berarti bahwa menurut persepsi responden reputasi BPS Provinsi Jawa Barat baik dan mendapatkan kesan baik terhadap kualitas data statistik yang dihasilkan. Skor tertinggi kedua adalah *performance* (x_{21}) yang diukur dari dua pertanyaan tentang tampilan tabel data dan kualitas buku publikasi. Responden mempunyai persepsi baik terhadap karakteristik kualitas tampilan penyajian data dan kualitas buku publikasi.

Selanjutnya adalah indikator *features* (x_{24}) yang diukur dengan dua pertanyaan tentang ragam data dan variasi tampilan data yang menarik. Responden mempunyai persepsi baik terhadap ragam data dan variasi penyajian data walaupun belum sepenuhnya memenuhi keinginan mereka. Indikator *durability* (x_{22}) diukur dari tiga pertanyaan tentang keterbaruan data statistik serta konsistensinya. Data statistik dinilai oleh responden, *up to date* dan konsisten. Berikutnya adalah indikator *aesthetic* (x_{26}) yang mengukur tentang tampilan desain sampul buku publikasi. Desain sampul buku publikasi mendapatkan apresiasi dari responden dengan skor terbesar kelima. Indikator *serviceability* (x_{28}) diukur dengan pertanyaan tentang kecepatan dalam penggantian buku publikasi yang rusak. Pengukuran indikator *reliability of product* (x_{25}) menggunakan tiga pertanyaan tentang akurasi, presisi dan

reasonableness data statistik BPS. Skor terendah terdapat pada indikator *conformance to spesification* (x_{23}) yang diukur dengan pertanyaan tentang keterbandingan data statistik dengan standar nasional maupun internasional. Dengan demikian skor dari 18 item pertanyaan dan delapan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk, seluruhnya termasuk dalam kategori baik.

c. Skor Variabel Kepuasan Pengguna Data (Y)

Kepuasan pengguna data diukur menggunakan lima indikator dengan hasil persepsi responden sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil Penghitungan Skor Variabel Kepuasan Pengguna Data (Y)

Item pertanyaan	Indikator	Frekuensi Jawaban				Jml Skor	Skor Indikator	Persentase skor	Kategori
		1	2	3	4				
KPD32	y1	2	30	180	16	666	666	73,03	Baik
KPD33	y2	-	28	186	14	670	670	73,46	Baik
KPD34	y3	-	28	176	24	680	680	74,56	Baik
KPD35	y4	-	18	190	20	686	686	75,22	Baik
KPD36	y5	-	16	194	18	686	686	75,22	Baik

Sumber : Data primer penelitian diolah, 2017

Pendapat responden pada tabel 7. tentang kepuasan terlihat dari banyaknya responden yang menyatakan puas dan sangat puas atau menyatakan sesuai dengan keinginan dan harapannya. Variabel kepuasan pengguna data diukur dengan lima indikator dengan masing-masing satu item pertanyaan, oleh karena itu skor item pertanyaan merupakan skor indikator. Untuk lebih jelasnya disajikan pada tabel 8. berikut.

Tabel 8. Skor Indikator Kepuasan Pengguna Data

Indikator	Skor	Persenta-se Skor	Kategori
<i>desires congruency</i> (y_4)	686	75,22	Baik
<i>expectations disconfirmation</i> (y_5)	686	75,22	Baik
<i>perceived performance</i> (y_3)	680	74,56	Baik
<i>predictive expectations</i> (y_2)	670	73,46	Baik
<i>desires</i> (y_1)	666	73,03	Baik
Kepuasan Pengguna Data (Y)	677,6	74,30	Baik

Sumber : Data primer penelitian diolah, 2017

Terlihat pada tabel 8. bahwa indikator *desires congruency* (y_4) dan *expectations disconfirmation* (y_5) mempunyai skor yang sama dan merupakan yang terbesar. *Desires congruency* diukur dengan pertanyaan tentang kesesuaian kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan pada perpustakaan BPS Provinsi Jawa Barat dengan keinginan pengguna data. Sedangkan *expectations*

disconfirmation diukur dengan pertanyaan tentang perbandingan harapan pengguna data dengan kualitas pelayanan dan produk perpustakaan BPS Provinsi Jawa Barat yang diterima. Novianto (2018:223) menyimpulkan bahwa tingkat subjektifitas penilaian sangat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan; puas atau tidak puas. Refleksi kepuasan responden pada bagaimana kualitas produk dan kualitas pelayanan perpustakaan BPS Provinsi Jawa Barat sesuai dengan keinginan pengguna data, sekaligus mampu memenuhi harapan walaupun dalam tingkat yang belum sempurna. Responden mempunyai pengalaman yang baik selama menerima pelayanan data statistik, hal tersebut terlihat dari skor *perceived performance*.

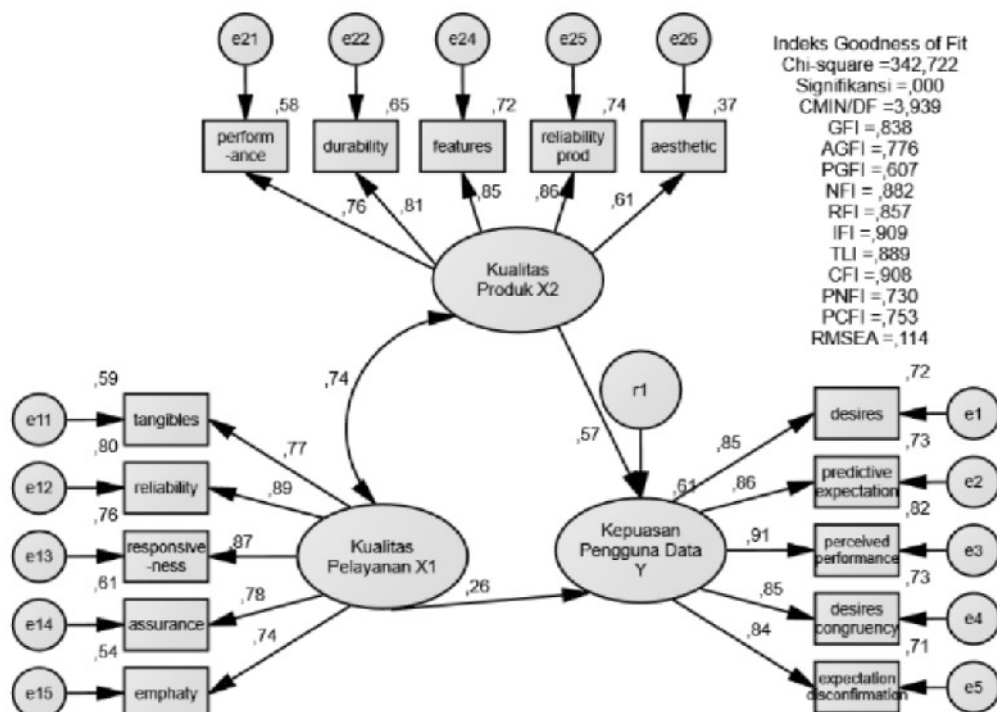
Refleksi kepuasan responden berikutnya adalah *predictive expectations* yaitu prediksi responden terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk, belum sesuai dengan kenyataan yang mereka terima secara optimal. Demikian halnya keinginan (*desires*) responden belum secara maksimal terpenuhi baru sebesar 73,03 poin. Secara

keseluruhan, pendapat responden tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pengguna data pada perpustakaan Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat mempunyai skor dengan kategori baik. Tentunya target yang ditetapkan adalah skor dengan kategori sangat baik atau bahkan sempurna.

3. Analisa Structural Equation Modelling (SEM)

Full Structural Equation Model, digunakan untuk menguji model kausalitas (model teoretis) yang telah dinyatakan pada gambar 3. Pada tahap ini juga dilakukan uji dasar terhadap model struktur yaitu Uji Kesesuaian Model (*Goodness of fit Test*) dan Uji Kausalitas (*Regression Test*). Model struktural mendefinisikan hubungan antar semua variabel laten yang tidak diobservasi. Model struktural berikut mengidentifikasi variabel-variabel laten mana saja yang secara langsung ataupun tidak langsung mempengaruhi perubahan nilai variabel laten lainnya dalam model. Penggambaran keterhubungan antar variabel laten membentuk model persamaan struktural sebagai berikut :

Gambar 5. Model Persamaan Struktural



Sumber : Data primer penelitian diolah, 2017

Mengacu kepada hasil uji kesesuaian model pengukuran dan model struktural, maka terbukti bahwa model pengukuran untuk ketiga variabel dapat diterima. Sehingga ketiga model pengukuran dinyatakan valid untuk mengukur variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan kepuasan pengguna data (Y). Keterhubungan antara ketiga variabel laten tersebut disajikan pada gambar 2, dan dijabarkan dalam persamaan sebagai berikut.

1) Persamaan model struktural :

$$Y = 0,26 X1 + 0,57 X2 + r1$$

Dimana :

- Y = Kepuasan pengguna data
- X1 = Kualitas pelayanan
- X2 = Kualitas produk
- r1 = error/kesalahan struktural

Berdasarkan persamaan di atas, diketahui hubungan linier kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pengguna data (Y). Kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 0,26 poin terhadap skor kepuasan pengguna data, sedangkan kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 0,57 poin. Berdasarkan hasil tersebut dapat dimaknai bahwa menurut persepsi responden pengguna data, kepuasan yang mereka rasakan lebih banyak dipengaruhi oleh kualitas produk daripada kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dan kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna data sejalan dengan hasil penelitian Hidayat (2009). Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat juga menggunakan metode analisis *Structural Equation Model* (SEM), dan memberikan hasil antara lain bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah dan kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah. Penelitian Nugroho (2008) pada UPT. Perpustakaan Universitas Sebelas Maret Surakarta juga menegaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna perpustakaan. Demikian halnya yang dinyatakan oleh Wirijadinata dan Afriany (2017:162) semakin tinggi kepuasan masyarakat maka akan semakin tinggi tuntutan terhadap kualitas pelayanan.

Pada gambar 3. terlihat adanya hubungan korelasional antara kualitas pelayanan dan kualitas produk yang digambarkan dengan garis melengkung dengan dua arah panah. Kualitas pelayanan dan kualitas produk mempunyai nilai korelasi yang cukup besar yaitu sebesar 0,74. Hal tersebut berarti bahwa meningkatnya kualitas pelayanan akan diiringi oleh meningkatnya kualitas produk, atau sebaliknya. Mengacu kepada teori yang menjelaskan bahwa sumber kualitas produk baik berupa barang maupun jasa adalah kebijakan dan kinerja manajemen. Korelasi dua variabel mengindikasikan adanya *common cause* atau penyebab bersama, dalam hal ini adalah kinerja BPS Provinsi Jawa Barat. Keberhasilan dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas produk disebabkan oleh keberhasilan program kerja BPS Provinsi Jawa Barat. Semakin tinggi kinerja BPS Provinsi Jawa Barat akan menyebabkan semakin tingginya kualitas pelayanan dan kualitas produk. Seiring dengan berlangsungnya reformasi birokrasi di BPS, maka upaya perubahan dan perbaikan di seluruh area perubahan tentunya akan semakin meningkatkan kinerja BPS Provinsi Jawa Barat.

2) Persamaan kualitas pelayanan (X1)

$$X1 = 0,77 \times x11 + 0,89 \times x12 + 0,87 \times x13 + 0,78 \times x14 + 0,74 \times x15 + e1i$$

Dimana:

$$X12 = 0,89 \quad \text{Reliability}$$

$$\begin{aligned} X13 &= 0,87 \quad \text{Responsiveness} \\ X14 &= 0,78 \quad \text{Assurance} \\ X11 &= 0,77 \quad \text{Tangibles} \\ X15 &= 0,74 \quad \text{Emphaty} \end{aligned}$$

Persamaan tersebut menjabarkan besarnya pengaruh masing-masing dimensi, terhadap kualitas pelayanan. Indikator yang memberikan pengaruh terbesar adalah *reliability* (x12) dengan nilai koefisien 0,89. *Reliability* menggambarkan tentang kemampuan institusi untuk memberikan layanan yang akurat setiap saat tanpa membuat kesalahan apapun sesuai dengan waktu yang ditetapkan. Pelayanan data statistik di perpustakaan BPS Provinsi Jawa Barat telah mempunyai sistem pencatatan pengunjung secara komputerisasi. Pengunjung yang datang diminta mengisi form isian buku tamu pada komputer yang disediakan di depan pintu masuk perpustakaan dan dapat langsung mengakses seluruh fasilitas yang tersedia di ruang perpustakaan. Oleh karena itu indikator kahandalan (*reliability*) mempunyai pengaruh yang terbesar terhadap kepuasan pengguna data.

Koefisien terbesar kedua adalah indikator *responsiveness* (x13) sebesar 0,87 poin. *Responsiveness* menggambarkan tentang kesediaan dan kemampuan petugas untuk membantu pengguna data dan merespon permintaan dengan cepat. Kesigapan petugas dalam merespon permintaan pengguna data merupakan faktor yang penting dalam kualitas pelayanan. Dalam proses pelayanan data statistik, pengguna data sangat memerlukan panduan dalam memilih data statistik yang dibutuhkan serta informasi lain terkait data statistik. Permintaan akan penjelasan teknis beberapa data dan bagaimana interpretasinya cukup banyak. Sehingga petugas perlu merespon dengan tepat dan cepat, misalnya dengan segera menghubungi *subject matter* atau tim fungsional ahli.

Selanjutnya adalah *assurance* (x14) dengan besaran nilai koefisien 0,78. *Assurance* menggambarkan perilaku petugas yang mampu menumbuhkan kepercayaan sehingga menciptakan rasa aman. Petugas yang selalu siap melayani dan meyakinkan dalam memenuhi permintaan pengguna data sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan, menumbuhkan kepercayaan pengguna data, yang selanjutnya merupakan kepercayaan terhadap institusi BPS Provinsi Jawa Barat. Rasa aman dari adanya tindakan pungutan liar atau penyelewangan kebijakan, misalnya rasa aman dari petugas yang meminta pembayaran terhadap permintaan data yang telah dipublikasikan. Indikator selanjutnya adalah *tangibles* mengukur kualitas pelayanan dalam hal daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang disediakan sebagai pendukung pelayanan serta penampilan fisik petugas. Fasilitas yang tersedia adalah

publikasi statistik dalam bentuk buku tercetak dan *digital library* yang dapat diakses melalui komputer yang tersedia. Perpustakaan juga menyediakan komputer khusus untuk mengakses *website* resmi BPS, baik pusat maupun daerah. Indikator ini mempunyai pengaruh sebesar 0,77 poin terhadap kualitas pelayanan. Ini merupakan yang terkecil kedua setelah indikator *emphaty*. Indikator *emphaty* menggambarkan pemahaman petugas terhadap masalah pengguna data dan bertindak demi kepentingan pengguna data. Indikator ini mempunyai pengaruh yang terkecil yaitu sebesar 0,74 poin. Oleh karena itu perlu perhatian khusus terkait pembinaan kepada petugas pelayanan data statistik pada perpustakaan BPS Provinsi Jawa Barat.

3) Persamaan kualitas produk (X2)

$$X2 = 0,76 x21 + 0,81 x22 + 0,85 x24 + 0,86 x25 + 0,61 x26 + e2i$$

Dimana :

$$X25 = 0,86 \quad \text{Reliability of product}$$

$$X24 = 0,85 \quad \text{Features}$$

$$X22 = 0,81 \quad \text{Durability}$$

$$X21 = 0,76 \quad \text{Performance}$$

$$X26 = 0,61 \quad \text{Aesthetic}$$

Teori dasar konsep kualitas produk mengacu kepada teori Tjiptono (2008:25) yang menjabarkan dimensi kualitas produk ke dalam 8 indikator. Dalam proses pengolahan data, tiga indikator yaitu *conformance to spesification* (x23), *perceived quality* (x27) dan *serviceability* (x28) tidak memenuhi syarat untuk dilanjutkan ke dalam analisis lebih lanjut. Oleh karena itu ketiga indikator tersebut tidak diikutsertakan dalam analisis ini dan hanya lima indikator yang dilakukan analisis untuk menjelaskan tentang kualitas produk.

Tujuan utama pengguna data berkunjung ke perpustakaan BPS Provinsi Jawa Barat adalah untuk memperoleh produk data statistik. Sehingga perhatian pengguna data fokus kepada bagaimana kebutuhannya akan data statistik dapat terpenuhi. Indikator yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap kualitas produk adalah *reliability of product* yaitu sebesar 0,86 poin. *Reliability of product* menggambarkan tentang kehandalan data statistik yang akurat dan presisi, secara tepat dan benar menggambarkan kondisi sebenarnya. Indikator tersebut sangat mempengaruhi kualitas produk data statistik BPS Provinsi Jawa Barat dan menjadi sebuah keniscayaan sebagai salahsatu karakteristik produk yang sangat penting. Kepercayaan pengguna data sangat bergantung kepada kehandalan data statistik yang dihasilkan, hal tersebut merupakan tuntutan pengguna data seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya data. Oleh karena itu kehandalan data

statistik menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi kualitas produk.

Koefisien terbesar kedua adalah indikator *features* (x24) sebesar 0,85 poin. *Features* menggambarkan tentang keragaman data dan indikator statistik yang tersedia dengan tampilan menarik dan informatif. Kebutuhan masyarakat akan data semakin meningkat, sehingga dibutuhkan data yang semakin beragam dengan variasi fitur yang mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna data. Selanjutnya adalah *durability* (x22) dengan besaran nilai koefisien 0,81. *Durability* menggambarkan masa berlaku data statistik yang ditampilkan, *up to date* dan konsisten. Pengguna data menginginkan data statistik yang selalu *up to date*, bahkan tuntutanannya semakin meningkat terhadap ketersediaan *early warning indicator*. *Durability* juga menggambarkan tentang daya tahan buku publikasi, terutama beberapa buku publikasi populer yang sering digunakan oleh pengguna data. Pengaruh indikator *durability* terhadap kualitas produk signifikan. Indikator *performance* (x21) mengukur kualitas produk dalam hal kualitas data statistik dan kualitas buku publikasi. Indikator *aesthetic* (x26) menggambarkan tampilan desain sampul buku publikasi yang bagus dan menarik. Kedua indikator tersebut menurut responden merupakan kedua terkecil pengaruhnya terhadap kualitas produk.

4) Simulasi model persamaan struktural

Jika seluruh indikator pengukuran mempunyai nilai skor 1 poin maka kualitas pelayanan akan skor sebesar 4,05 poin. Demikian halnya dengan kualitas produk akan mempunyai skor sebesar 3,89 poin. Sehingga kepuasan pengguna data mempunyai skor sebesar 3,39 poin.

Dalam analisa SEM ini dapat diketahui besarnya pengaruh variabel independen (X1 kualitas pelayanan dan X2 kualitas produk) terhadap variabel dependen (Y kepuasan pengguna data). Hubungan tersebut merupakan hubungan kausalitas searah dimana meningkatnya kualitas pelayanan dan kualitas produk menyebabkan meningkatnya kepuasan pengguna data. Meningkatnya kualitas produk menyebabkan meningkatnya kepuasan pengguna data lebih besar daripada daya dorong kualitas pelayanan. Pada kualitas produk sendiri dapat diketahui dimensi/indikator mana yang mempunyai daya ungkit paling besar dan mana yang paling lemah. Diketahui *reliability of product* merupakan daya ungkit terbesar dan indikator *aesthetic* merupakan daya ungkit terkecil. Jika dilihat skor persepsi responden, sebagaimana diuraikan pada awal bab ini, indikator *reliability of product* mempunyai skor terendah. Oleh karena itu, menurut persepsi

responden pengguna data, BPS Provinsi Jawa Barat belum optimal dalam upaya meningkatkan kehandalan produk data statistik yang merupakan indikator kunci untuk meningkatkan kepuasan pengguna data.

Pada variabel kualitas pelayanan, daya ungkit terbesar adalah *reliability* dan yang terkecil adalah *emphaty*. Menurut penilaian responden, kedua indikator tersebut mempunyai skor terendah. Sebagaimana kualitas produk, BPS Provinsi Jawa Barat belum secara optimal dalam upaya meningkatkan kehandalan pelayanan yang merupakan indikator kunci untuk meningkatkan kepuasan pengguna data. Dengan membandingkan antara skor penilaian dengan hasil uji model struktural dapat diperoleh gambaran kebijakan mana yang sesuai dengan sasaran. Mengacu kepada hasil untuk kualitas pelayanan dan kualitas produk perpustakaan BPS Provinsi Jawa Barat, perlu dilakukan langkah strategik untuk meningkatkan kepuasan pengguna data melalui peningkatan indikator kunci kehandalan (*reliability*) baik produk maupun pelayanan. *Reliability of product* atau kehandalan produk data statistik menggambarkan kondisi yang sebenarnya secara akurat dan presisi, sedangkan indikator *reliability*, yaitu tentang kehandalan BPS dalam memberikan pelayanan terhadap pengguna data dengan pelayanan prima tanpa kesalahan dan selalu tepat waktu sesuai dengan janji maklumat pelayanan.

Selain menjelaskan hubungan kausalitas, analisis SEM juga menjelaskan hubungan korelasional antara kualitas pelayanan dengan kualitas produk. Hubungan korelasional menjelaskan tentang jika kualitas pelayanan meningkat maka kualitas produk juga akan meningkat. Dan peningkatan tersebut mempunyai penyebab yang sama (*common cause*). Kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan keluaran (*output*) dari kinerja BPS Provinsi Jawa Barat. Sangat erat hubungan korelasi antara kualitas pelayanan dan kualitas produk yang disebabkan oleh meningkatnya kinerja BPS Provinsi Jawa Barat.

5. Uji Hipotesis

Pada gambar 3 hubungan antar variabel digambarkan dengan arah panah. Arah panah dari variabel kualitas pelayanan ke variabel kepuasan pengguna data menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna data. Besarnya pengaruh tersebut ditunjukkan dengan angka koefisien sebesar positif 0,26. Angka tersebut mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna data. Sedangkan arah panah dari variabel kualitas produk ke variabel kepuasan pengguna data menjelaskan adanya pengaruh positif sebesar

0,57. Dengan demikian, dapat dipastikan bahwa hasil pengujian hipotesa adalah sebagai berikut:

1. Hipotesa pertama diterima dengan hasil output persamaan yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna data sebesar 0,26 poin.
2. Hipotesa kedua diterima dengan hasil output persamaan yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pengguna data sebesar 0,57 poin.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna data, dan ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pengguna data pada perpustakaan BPS Provinsi Jawa Barat.

E. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan pada perpustakaan BPS Provinsi Jawa Barat termasuk dalam kategori baik. Hal tersebut dapat dijelaskan oleh lima indikator yang merupakan dimensi pengukuran kualitas pelayanan. Skor tertinggi kualitas pelayanan pada indikator *tangibles*, yang menggambarkan sarana fisik pendukung pelayanan perpustakaan. Indikator tersebut mempunyai nilai skor tertinggi karena telah dilakukan renovasi ruang perpustakaan yang dilengkapi fasilitas penerima tamu, pendaftaran tamu dengan sistem komputerisasi, serta pembenahan ruang perpustakaan menjadi lebih luas dan lebih nyaman. Model pengukuran kualitas pelayanan terkonfirmasi secara signifikan dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dan model dapat direplika dengan menggunakan himpunan data yang berbeda. Sedangkan skor indikator *emphaty* merupakan yang terkecil, hal itu sejalan dengan permasalahan yang terkait dengan sikap petugas dalam melayani pengguna data. *Emphaty* merupakan hal yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan, hal tersebut merupakan wujud nyata sebagai substansi manfaat pelayanan publik yang dirasakan oleh pengguna data. Sehingga pengguna data dapat merasakan manfaat secara psikologis dan terpenuhinya keinginan.

Model pengukuran kualitas produk memenuhi asumsi kesederhanaan dan dapat direplikasi dengan menggunakan data penelitian yang berbeda. Model tersebut mengkonfirmasi lima indikator yang signifikan dari delapan indikator yang diusulkan. Kualitas produk didefinisikan dalam delapan indikator, dan skor tertinggi pada

indikator *perceived to quality*. Produk data statistik BPS dipercaya mempunyai reputasi, data yang dihasilkan berkualitas. Sosialisasi kegiatan BPS dan publikasi data statistik menjadi agenda utama dalam meningkatkan citra dan reputasi organisasi. Sebagai penyelenggara dan penyedia data statistik, BPS merupakan koordinator dalam Sistem Statistik Nasional. Oleh karena itu perlu ditingkatkan peran dan fungsi koordinasi secara intens serta pembinaan kegiatan statistik dalam rangka mewujudkan Sistem Statistik Nasional (SSN) yang efektif. Sistem tersebut melibatkan seluruh kementerian dan lembaga baik di tingkat pusat maupun daerah. Indikator *performance* mempunyai skor terbesar kedua, dan dalam analisa lebih lanjut indikator ini merupakan yang terbesar karena data indikator *perceived to quality* tidak berdistribusi normal. Indikator *performance* menggambarkan tampilan tabel data statistik yang telah mengalami perubahan tampilan menjadi lebih menarik, dan dilengkapi dengan informasi singkat yang jelas. Tampilan fisik buku publikasi dicetak dengan menggunakan kertas yang berkualitas baik. Skor indikator kualitas produk terendah adalah *conformance to spesification*. Menurut persepsi responden, data statistik masih perlu ditingkatkan spesifikasinya sehingga dapat dibandingkan dengan data standar nasional maupun internasional. Misalnya, data Indeks Pembangunan Manusia (IPM) provinsi maupun kabupaten kota belum bisa dibandingkan dengan IPM pada regional atau kota di negara lain. Sementara tuntutan pengguna data akan kebutuhan analisis data makin berkembang dan tanpa batas. Data indikator ini tidak berdistribusi normal, sehingga tidak dimasukkan pada analisa lebih lanjut. Indikator *reliability to product* merupakan yang terkecil kedua. Tingkat akurasi data statistik dalam menggambarkan kondisi sebenarnya, menurut persepsi responden masih belum optimal. Demikian halnya dengan tingkat presisi dan kewajaran data statistik masih perlu ditingkatkan.

Model pengukuran variabel kepuasan pengguna data mengkonfirmasi dengan signifikan lima indikator yang diusulkan. Model tersebut valid dan signifikan serta dapat direplikasi. Indikator dengan skor terbesar adalah *desires congruency* dan *expectations disconfirmation*. Menurut persepsi responden, pelayanan data statistik pada perpustakaan BPS Provinsi Jawa Barat selaras dengan keinginan. Responden menyatakan bahwa pelayanan yang diharapkan sesuai dengan pelayanan yang diterima. Refleksi perasaan responden tersebut merupakan apresiasi kepada pelayanan data statistik di perpustakaan BPS Provinsi Jawa Barat, namun masih belum optimal dan masih harus ditingkatkan. Skor indikator *perceived performance*, yaitu kinerja yang diterima adalah persepsi atas pengalaman pelayanan yang

telah diterima merupakan terbesar ketiga. Kinerja BPS dalam kerangka reformasi birokrasi berupaya meningkatkan kinerja dan kepercayaan pengguna data melalui program percepatan (*quick wins*) yang menyentuh kebutuhan riil publik. Program Quick Wins dipilih dengan memperhatikan produk statistik yang memiliki daya ungkit (*key leverage*) tinggi serta inovatif. Kepercayaan responden terhadap prediksi kualitas pelayanan yang akan diterima mempunyai skor dua terkecil. Indikator *predictive expectations* termasuk kategori baik, namun masih perlu dioptimalkan. Ekspektasi responden pengguna data terhadap BPS tinggi, mereka mengharapkan pelayanan yang lebih cepat, lebih baik, lebih murah dan lebih mudah. BPS terus berusaha untuk memenuhi seluruh harapan tersebut. Namun belum bisa sempurna dalam implementasinya. Terlihat dari skor terkecil variabel kepuasan adalah *desire* yaitu keinginan responden akan tingkat kualitas pelayanan yang ingin diterimanya masih belum terpenuhi dengan sempurna.

Kualitas produk memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan pengguna data daripada kualitas pelayanan. Produk utama BPS adalah data statistik, informasi statistik, publikasi, konsultasi statistik serta pelayanan statistik. Keandalan data statistik (*reliability of product*) mempunyai pengaruh terbesar bagi kepuasan pengguna data. Keandalan pelayanan (*reliability*) juga mempengaruhi kepuasan pengguna data secara signifikan. Keduanya merupakan titik ungkit kepuasan pengguna data. Untuk meningkatkan kepuasan pengguna data, BPS bisa membuat kebijakan pada kedua daya ungkit tersebut.

Rekomendasi

Perlu dirancang kebijakan yang tepat untuk meningkatkan keandalan (*reliability*) baik produk data statistik maupun dalam hal pelayanan, karena kedua indikator tersebut merupakan titik ungkit dalam meningkatkan kepuasan pengguna data. Untuk lebih optimal dalam meningkatkan keandalan (*reliability*) baik produk data maupun pelayanan perlu membentuk *User Engagement Group* berdasarkan segmentasi pengguna data. *User Engagement Group*, merupakan suatu sistem komunikasi yang dilandasi oleh hubungan saling membutuhkan di mana ada kedekatan emosional yang kuat. Seksi Diseminasi dan Layanan Statistik yang mengampu pelayanan data statistik bersinergi dengan tim kehumasan sebagai fasilitator *User Engagement Group*. Adapun langkah strategis yang dilakukan adalah:

- 1) Menentukan *engage* seperti apa yang diinginkan oleh BPS terhadap pengguna data, adalah produk data statistik digunakan dan dimanfaatkan secara optimal, sesuai dengan

- kebutuhan pengguna data secara bijaksana sesuai dengan interpretasi yang benar.
- 2) Melakukan identifikasi segmentasi pengguna data dan menentukan urutan tingkat *engagement*. Tingkat *engagement* diukur dari seberapa sering pengguna data menggunakan data BPS dan mensosialisasikan melalui berbagai media.
 - 3) Mengidentifikasi penyebab suatu segmen pengguna data lebih *engaged* dibandingkan yang lainnya. Hal tersebut dilakukan dengan cara pengamatan, penelitian *in depth interview* serta dilengkapi dengan Survei Kebutuhan Data (sudah rutin dilaksanakan setiap tahun). Sehingga kebutuhan pengguna data dapat tercatat dengan cermat dan diitindaklanjuti dengan tepat.
 - 4) Hasil identifikasi alasan *engaged* adalah untuk menambah varian karakteristik yang akan meningkatkan *engagement* pengguna data terhadap BPS. Dengan demikian hubungan emosional pengguna data dengan BPS terjalin dengan erat.

Mekanisme *engagement group* juga diterapkan pada pemangku kepentingan utama (stakeholder) baik unsur pemerintah maupun swasta dalam bentuk *Stakeholder Engagement Group*. Hubungan interaksi antara BPS dengan stakeholder adalah hubungan timbal balik dan saling membutuhkan. Disamping sebagai pengguna data, stakeholder juga merupakan penyedia data sektoral atau sebagai responden. Oleh karena itu urgensi *Stakeholder Engagement Group* terutama swasta sangat tinggi. Identifikasi kebutuhan dan faktor *engaged stakeholder* dilakukan dalam pertemuan dan konsultasi secara reguler dalam bentuk *Focussed Group Discussion* (FGD). *Engagement* yang terjalin dengan baik dan sinergi akan menjamin keberhasilan seluruh kegiatan survei maupun sensus yang akhirnya akan menghasilkan data statistik berkualitas dan *up to date*.

Model persamaan struktural dalam metode analisis *Structural Equation Model* dapat diintegrasikan dengan aplikasi manajemen seperti *microsoft project* sehingga dapat menjadi suatu sistem manajemen proyek yang terintegrasi dengan perangkat perkiraan hasil atau outcome. Dengan demikian dapat dilakukan prediksi tingkat keberhasilan suatu program kerja dikaitkan dengan sumber daya yang digunakan dengan hasil capaian yang akan dihasilkan.

B. REFERENSI

Dwiyanto, Agus. 2005. Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik. Yogyakarta : Gajah Mada.

Ferdinand, Augusty. 2014. Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen, Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ferdinand, Augusty (2016), Metode Penelitian Manajemen, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Jasfar, Farida. 2005. Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu. Bogor : Ghalia Indonesia.

Kotler, Philip. Armstrong, Gary. 2008. Prinsip – prinsip Pemasaran Jilid 1 Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.

Mulyadi, Deddy. Gedeona, Hendrikus T. Afandi, Muhammad Nur. 2016. Administrasi Publik Untuk Pelayanan Publik, Konsep dan Praktik Administrasi dalam Penyusunan SOP, Standar Pelayanan, Etika Pelayanan, Inovasi untuk Kinerja Organisasi. Bandung. Alfabeta.

Novianto, Efri. 2018. Analisis Pelayanan Publik di Kabupaten Kutai Kartanegara. Jurnal Ilmu Administrasi Vol. XV No.2, pp. 212-226

Nugroho, Eko Hasto. 2008. *Kualitas Pelayanan UPT. Perpustakaan Universitas Sebelas Maret Surakarta*. Surakarta. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Ratminto dan Atik Winarsih. 2005. Manajemen Pelayanan. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Seth, Nitin., & Desmukh, S.G. Vrat Prem. 2005. Service Quality Models : A review. International Journal of Quality Reliability Management. Vol. 22. No.9. p.913-949. Emerald Group Publishing.

Spreng, Richard A. Mackoy, D Robert. 1996. An Empirical Examination of a model of perceived service Quality and Satisfaction. Journal of Retailing. Vol.72, No. 2. Pp. 201-214. New York.

Spreng, Richard A. Mackenzie, Scott B. Olshavsky, Richard W. 1996. A Reexamination of the Determinants of Consumer Satisfaction. Journal of Marketing. Vol.60 (Juli 1996) p. 15-32.

Tangkilisan, Hessel N. 2007. Manajemen Publik. Jakarta : Garsindo.

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran Edisi 3. Yogyakarta : Andi Offset.

_____. 1996. Strategi Bisnis dan Manajemen . Yogyakarta : Andi Offset.

Wirijadinata, Jat jat E. Afriany, Dian. 2017. Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Izin Usaha Perdagangan Dengan Menggunakan Causal Loop Diagram (CLD). Jurnal Ilmu Administrasi Vol. XIV No.2, pp.152-166.

Zeithaml, Valerie A. and Bitner, Mary Jo. 2003. Service Marketing. New York : McGraw Hill Inc. Int'l Edition.

Website

- The Use of quality model of Parasuraman,
<http://www.scielo.br/pdf/reeusp/> diakses 21
November 2015, jam 12.06 wib.
- Sarwono, Jonathan. Mengubah Data Ordinal Ke
Data Interval Dengan Metode Suksesif
Interval (M S I) ,
http://www.jonathansarwono.info/teori_spss/msi.pdf. diakses 21 November 2015, jam
21.06 wib
- SERVQUAL : A Multiple item-scale Measuring
Consument Perceptions of Service Quality
<http://areas.kenan-flagler.unc.edu/Marketing/FacultyStaff/zeithaml/>. diakses 21 November 2015, jam 12.10
wib
- <https://supono.wordpress.com/2013/01/23/kualitas-data/> diakses 20 November 2015 jam
09.00 wib.
- Mosley, Mark. 2003. Data Quality, Theory vs
Practise <http://www.dama.org.au/> diakses
21 November 2015 jam 01:03 wib

Dokumen

- BPS, 2011. Usulan Reformasi Birokrasi Badan Pusat
Statistik - Buku 1. Jakarta.
- BPS, 2014. Laporan Reformasi Birokrasi. Jakarta
- _____, 2015. Internalisasi Statcap-Cerdas dan
Business Statistical Framework. Jakarta.
- _____, 2015. Laporan Statcap-Cerdas. Jakarta.
- Sugiyanto, Zaenal. 2014. Kualitas Data, Bahan
Paparan
- Undang Undang Republik Indonesia No 6 Tahun
1997 Tentang Peran Badan Pusat Statistik
- Undang Undang Republik Indonesia No 30 Tahun
2014 Tentang Administrasi Pemerintahan.
- Undang Undang Republik Indonesia No 25 Tahun
2009 Tentang Pelayanan Publik
- Peraturan Presiden no.86 tahun 2007 Tentang
Penyelenggaraan