

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP JASA YANG  
DITAWARKAN OLEH UPT KOMPUTER  
UNIVERSITAS JEMBER  
DI JEMBER**

**SKRIPSI**



Milik UPT Perpustakaan  
UNIVERSITAS JEMBER

Dijukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember



Oleh:

Asal:

Hadiah

Klass

Terima

10 APR 2002

658.83

No. Ind:

0634

Dwi

KLASIR / FE-Y-1

SRS

a

*Novita Dwi Wulandari*

NIM : 980810201227

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2002**

S

e.1



## JUDUL SKRIPSI

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP JASA YANG  
DITAWARKAN OLEH UPT KOMPUTER  
UNIVERSITAS JEMBER DI JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a     Novita Dwi Wulandari

N. I. M.     980810201227

J u r u s a n   Manajemen

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

9 Maret 2002

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar S a r j a n a dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

### Susunan Panitia Penguji

Ketua,

Dra. Diah Yulisetiari, M.Si  
NIP. 130 624 474

Sekretaris,

Dra. Elck Sri Utami, M.Si  
NIP. 131 877 449

Anggota,

Drs. Abdul Halim  
NIP. 130 674 838



Mengetahui/Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,

Drs. H. Liakip, SU  
NIP. 130 531 976



TANDA PERSETUJUAN

**Judul Skripsi** : Analisis Sikap Konsumen Terhadap Jasa Yang Ditawarkan  
Oleh UPT Komputer Universitas Jember di Jember

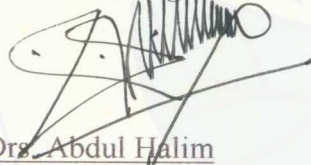
**Nama** : Novita Dwi Wulandari

**NIM** : 980810201227

**Jurusan** : Manajemen

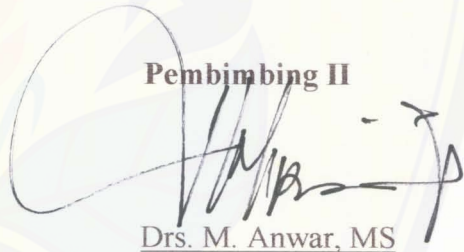
**Konsentrasi** : Pemasaran

**Pembimbing I**



Drs. Abdul Halim  
NIP. 130 674 838

**Pembimbing II**



Drs. M. Anwar, MS  
NIP. 131 759 767

**Ketua Jurusan**



Drs. I.K.M Dwipayana, MS  
NIP. 130 781 341

Tanggal Persetujuan : Februari 2002





**Skripsi ini kupersembahkan untuk :**

- ♥ Ayahanda Sjoekoer Wahyudi (alm) dan Ibunda Wiwik Sriwidayati, terima kasih atas doa, kasih sayang, dan dorongan yang tak pernah putus.
- ♥ Mbak Yeni Kurniawati dan Dik Diky Kurnia Wijaya, yang selalu beri semangat dan kebahagiaan untuk jadi yang terbaik.
- ♥ Yang selalu di hati, Mas Anang Setyadi, S.H, terima kasih atas cinta, kasih sayang dan perhatiannya.
- ♥ Almamaterku tercinta



## MOTTO

“ Maka barang siapa yang bertakwa dan mengadakan perbaikan, tidaklah ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak pula bersedih hati”.

(Al. A'raf: 35)

“Barang siapa yang sabar akan disabarkan Allah dan tidak ada pemberian Allah yang paling luas dan lebih baik daripada kesabaran”.

(HR. Al Bukhari dan Muslim)

“Don' t depend on other but rely on your self,  
self help is the best way to success...”



## ABSTRAKSI

Sikap konsumen merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi suatu lembaga untuk menetapkan strategi pengembangan bagi lembaga yang bersangkutan. Seperti halnya penelitian ini yang mana menganalisis sikap konsumen UPT Komputer Universitas Jember khususnya untuk pendidikan irreguler.

Penelitian ini bertujuan untuk deskriptif dan evaluasi. Dari penelitian ini diharapkan dapat diketahui karakteristik konsumen, kebutuhan konsumen terhadap atribut jasa UPT Komputer, pengaruh karakteristik konsumen terhadap pemilihan atribut jasa UPT komputer, serta sikap konsumen terhadap atribut jasa UPT Komputer Universitas Jember.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survei yaitu pengambilan sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data utama. Sedangkan tehnik pengambilan sampel menggunakan tehnik *non probability* sampling yaitu *accidental sampling*. Penelitian ini mengambil 57 sampel mahasiswa dari 114 populasi mahasiswa yang mengikuti pendidikan irreguler di UPT Komputer Universitas Jember.

Hasil analisis data dengan menggunakan skala prioritas, chi square, , pengukuran dengan menggunakan komponen kognitif, afektif dan konatif serta model sikap Fishbein's menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen UPT Komputer Universitas Jember cenderung merasa puas dengan atribut jasa yang ditawarkan oleh UPT komputer Universitas Jember. Hal itu ditunjukkan dengan 47,37% responden menyatakan mempunyai sikap puas terhadap jasa UPT Komputer, kemudian 43,86% mempunyai sikap sangat puas terhadap jasa UPT Komputer, 1,75% menyatakan netral, kemudian 7,02% saja yang mempunyai sikap kurang puas terhadap jasa UPT Komputer dan tidak ada responden yang mempunyai sikap sangat kurang puas terhadap jasa UPT Komputer Universitas Jember.



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Sikap Konsumen Terhadap Jasa Yang Ditawarkan Oleh UPT Komputer Universitas Jember di Jember” sebagai tugas akhir dan salah satu syarat kelulusan di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Selesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta petunjuk dari berbagai pihak. Untuk itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Kabul Santoso, MS, selaku Rektor Universitas Jember.
2. Bapak Drs. H. Liakip, SU, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. I.K.M. Dwipayana, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. Bapak Drs. Abdul Halim, selaku dosen pembimbing I , yang telah membimbing dan memberikan sumbangan pengetahuan dalam proses penulisan skripsi.
5. Bapak Drs. M. Anwar, MS, selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan pengarahan dan masukan penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Bapak Drs. Tatang Ary Gumanti, Mbuss. Acc, Ph.D , selaku dosen wali yang telah membimbing penulis selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
7. Bapak Ir. Heru Hernanda, MT, selaku Kepala UPT Komputer Universitas Jember beserta staf yang telah memberi kemudahan penulis melakukan penelitian di UPT Komputer Universitas Jember.
8. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membantu penulis sehingga proses belajar dan penyusunan skripsi ini berjalan lancar.

9. *Ayah dan Ibu* tercinta, terima kasih atas doa, kasih sayang, dorongan semangat dan perhatian yang tak pernah putus.
10. *Mbak Yeni dan Dik Diky*, trim's buat kegembiraan, kebersamaan dan perhatian yang memacu penulis untuk jadi yang terbaik. (*It's a happiness to have you...*).
11. *Mas Anang Setyadi, SH* , terimakasih buat cinta, kasih sayang dan perhatian yang tulus. ( *You are my soulmate...* ).
12. Teman-teman terbaik , *Liya Ibadati, A'an, Ari Indra, Septi, Ai', Ida, Feni, Dewi, Diah, Dito, Abbas, Faried, Andi, Sigit.* ( *It is so nice to have friends like you all...* )
13. *Mbak Wanna, Mas Eko, Mas Putut, Mas Ucok, Mas Herdi, Mas Totok,* thank's buat segala bantuannya.
14. Anak-anak KKN magang kelompok CZ: *Liya, Reni,* dan *Asri,* (*Always be the best guys!*).
15. Teman- Teman Manajemen Ganjil '98, terima kasih atas persahabatan dan kebersamaan yang begitu indah.
16. Penghuni Bangka Raya 15 : *Suci, Nana, Eni, Peni, Nita, Nanik, Dina, Luke, Mbak Ninuk dan Jatu* (*I wiil miss you all ...*).
17. Seluruh pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini , baik secara langsung maupun tidak yang tak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan penulis demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pihak lain yang memerlukan.

Wassalam

Jember, Februari 2002

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	1
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	4
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Penelitian Sebelumnya.....	6
2.2 Landasan Teori.....	7
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.2.2 Konsep Pemasaran dan Orientasi Pada Konsumen.....	8
2.2.3 Orientasi Pasar Sebagai Penerapan Konsep Pemasaran.....	9
2.2.4 Ruang Lingkup dan Keputusan Jasa.....	10
2.2.5 Ruang Lingkup Perilaku Konsumen.....	14
2.2.6 Proses Pengambilan Keputusan.....	17
2.2.7 Aplikasi Perilaku Konsumen Pada Strategi Pemasaran.....	22
2.2.8 Ruang Lingkup dan Metode Pengukuran Sikap ( <i>Attitude</i> )...	23



2.2.9 <i>Fishbein's Attitude Model</i> .....	26
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	28
3.1 Rancangan Penelitian .....	28
3.2 Metode Pengambilan sampel .....	28
3.2.1 Populasi .....	28
3.2.2 Tehnik Pengambilan Sampel .....	28
3.3 Prosedur Pengumpulan Data .....	29
3.3.1 Jenis dan Sumber Data .....	29
3.3.2 Metode Pengumpulan Data .....	29
3.4 Definisi Variabel Operasional .....	30
3.5 Metode Analisa Data .....	31
3.6 Kerangka Pemecahan Masalah .....	36
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	38
4.1 Gambaran Umum Universitas Jember .....	38
4.1.1 Sejarah Singkat Universitas Jember .....	38
4.1.2 Komposisi Mahasiswa Universitas Jember Tahun Ajaran 2001 – 2002 .....	42
4.2 Gambaran Umum UPT Komputer Universitas Jember .....	44
4.2.1 Sejarah Singkat UPT Komputer Universitas Jember .....	44
4.2.2 Misi dan Visi UPT Komputer Universitas Jember .....	44
4.2.3 Ruang Lingkup Kegiatan .....	45
4.2.4 Organisasi UPT Komputer .....	47
4.3 Analisis Data .....	53
4.3.1 Karakteristik Demografi dan Kepribadian Responden .....	53
4.3.2 Analisis Kebutuhan Konsumen Atas Atribut Jasa UPT Komputer Universitas Jember .....	56
4.3.3 Uji Pengaruh Faktor Karakteristik Demografi dan Kepribadian Konsumen Terhadap Atribut Jasa Yang Dipilih Konsumen .....	59
4.3.3a Uji Pengaruh Faktor Jenis Kelamin Responden Terhadap Atribut Jasa UPT Komputer UNEJ .....	59

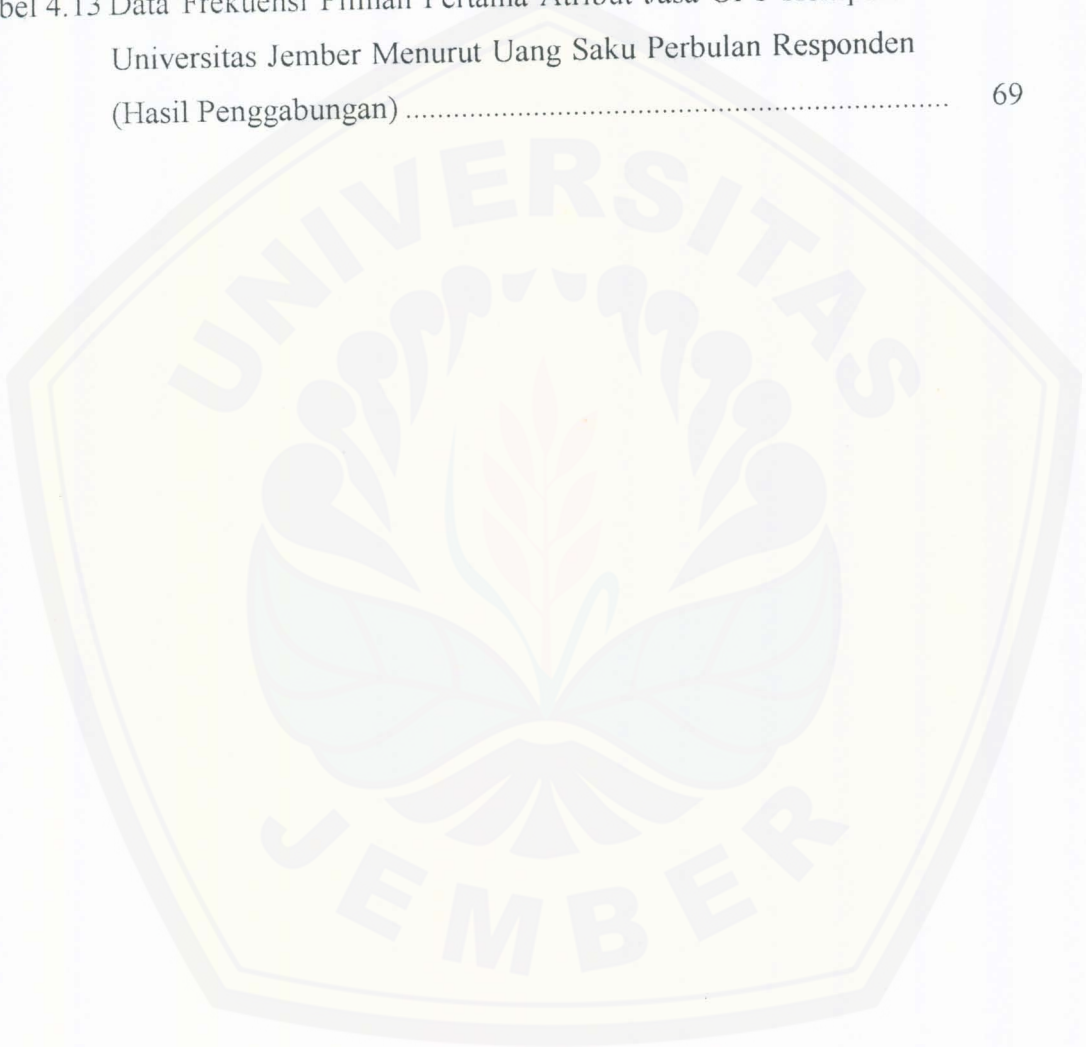
4.3.3b Uji Pengaruh Faktor Fakultas Responden Terhadap Atribut Jasa UPT Komputer Universitas Jember....	62
4.3.3c Uji Pengaruh Faktor Tahun Angkatan Responden Terhadap Atribut Jasa UPT Komputer UNEJ .....	65
4.3.3d Uji Pengaruh Faktor Uang Saku Perbulan Responden Terhadap Atribut Jasa UPT Komputer UNEJ .....	67
4.3.4 Analisis Sikap Konsumen Terhadap UPT Komputer Universitas Jember .....	70
4.3.4a Pengukuran Komponen Kognitif.....	70
4.3.4b Pengukuran Komponen Afektif.....	76
4.3.4c Pengukuran Komponen Konatif .....	81
4.3.4d <i>Fishbein's Attitude Model</i> .....	83
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN - LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Karakteristik Konsumen Pengguna Jasa UPT komputer Universitas Jember .....	31
Tabel 3.2 Skala Prioritas Kebutuhan Konsumen Terhadap Atribut Jasa UPT Komputer Universitas Jember .....	32
Tabel 3.3 Data Frekuensi Pilihan Pertama Atribut Jasa UPT Komputer Menurut Faktor Karakteristik Responden .....	32
Tabel 4.1 Tabel Jumlah Mahasiswa Terdaftar Universitas Jember Tahun Akademik 1999 – 2002 .....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin Responden .....	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Fakultas Responden .....	54
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Menurut Tahun Angkatan Responden .....	55
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Menurut Uang Saku Perbulan Responden .....	55
Tabel 4.6 Skala Prioritas Atas Atribut Jasa UPT Komputer Universitas Jember .....	57
Tabel 4.7 Data Frekuensi Pilihan Pertama Atribut Jasa UPT Komputer Universitas Jember Menurut Jenis Kelamin Responden .....	60
Tabel 4.8 Data Frekuensi Pilihan Pertama Atribut Jasa UPT Komputer Universitas Jember Menurut Fakultas Responden .....	62
Tabel 4.9 Data Frekuensi Pilihan Pertama Atribut Jasa UPT Komputer Universitas Jember Menurut Fakultas Responden (Hasil Penggabungan) .....	63
Tabel 4.10 Data Frekuensi Pilihan Pertama Atribut Jasa UPT Komputer Universitas Jember Menurut Tahun Masuk atau Tahun Angkatan Responden .....	65



Tabel 4.11 Data Frekuensi Pilihan Pertama Atribut Jasa UPT Komputer Universitas Jember Menurut Tahun Masuk atau Tahun Angkatan Responden (Hasil Penggabungan) .....	66
Tabel 4.12 Data Frekuensi Pilihan Pertama Atribut Jasa UPT Komputer Universitas Jember Menurut Uang saku Perbulan Responden .....	68
Tabel 4.13 Data Frekuensi Pilihan Pertama Atribut Jasa UPT Komputer Universitas Jember Menurut Uang Saku Perbulan Responden (Hasil Penggabungan) .....	69



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Perbandingan Konsep Berwawasan Menjual dan Konsep Berwawasan Pemasaran .....	9
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen.....	17
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi UPT Komputer Universitas Jember .....	48
Gambar 4.2 Kurva Chi Square Untuk Data Faktor Jenis Kelamin Responden di UPT Komputer Universitas Jember.....	61
Gambar 4.3 Kurva Chi Square Untuk Data Faktor Fakultas Responden Di UPT Komputer Universitas Jember .....	64
Gambar 4.4 Kurva Chi Square Untuk Data Tahun Angkatan atau Tahun Masuk Responden di UPT Komputer Universitas Jember .....	67
Gambar 4.5 Kurva Chi Square Untuk Data Uang Saku Perbulan Responden Di UPT Komputer Universitas Jember.....	70

**DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Untuk Responden
- Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Untuk Pengelola UPT Komputer  
Universitas Jember
- Lampiran 3. Rekapitulasi Kuesioner Tentang Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Daftar Distribusi Chi Square
- Lampiran 5. Perhitungan Frekuensi Yang Diharapkan Terjadi Untuk Tiap Sel  
Untuk Mendapatkan Nilai  $X^2$  Untuk Data Jenis Kelamin
- Lampiran 6. Perhitungan Frekuensi Yang Diharapkan Terjadi Untuk Tiap Sel  
Untuk Mendapatkan Nilai  $X^2$  Untuk Data Fakultas Responden
- Lampiran 7. Perhitungan Frekuensi Yang Diharapkan Terjadi Untuk Tiap Sel  
Untuk Mendapatkan Nilai  $X^2$  Untuk Data Tahun Angkatan  
(Tahun Masuk) Responden
- Lampiran 8. Perhitungan Frekuensi Yang Diharapkan Terjadi Untuk Tiap Sel  
Untuk Mendapatkan Nilai  $X^2$  Untuk Data Uang saku Perbulan  
Responden
- Lampiran 9. Perhitungan Komponen Kognitif
- Lampiran 10. Perhitungan Komponen Afektif
- Lampiran 11. Perhitungan Sikap Responden Terhadap Jasa UPT komputer  
Universitas Jember
- Lampiran 12. Struktur Organisasi Universitas Jember
- Lampiran 13. Potensi Ruang UPT Komputer
- Lampiran 14. Jumlah Mahasiswa Pengguna Internet
- Lampiran 15. Potensi Komputer UPT Komputer
- Lampiran 16. Daftar Buku di UPT Komputer
- Lampiran 17. Daftar CD di UPT Komputer
- Lampiran 18. Daftar Peserta Pendidikan
- Lampiran 19. Jumlah Mahasiswa Pengguna Self Access
- Lampiran 20. Komposisi Mahasiswa UNEJ Tahun 2001-2002
- Lampiran 21. Rekapitulasi Jumlah Peserta Pendidikan Irreguler





## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pendidikan tinggi bertujuan mengembangkan dan meningkatkan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian serta megupayakan penggunaannya untuk menghasilkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional. Disinilah peranan Perguruan Tinggi dalam peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia sangat penting. Terutama peningkatan produktivitas, profesionalisme dan ketrampilan dalam menghadapi persaingan kerja yang semakin ketat dan perkembangan ekonomi yang semakin pesat baik perekonomian nasional maupun dunia.

Universitas Jember merupakan salah satu perguruan tinggi negeri yang mengembangkan wawasan ilmu dan teknologi dengan pengembangan daya dan karya manusia, guna menghasilkan tenaga bercirikan ilmuwan mahir dan trampil, mampu berdiri sendiri dan peka terhadap perubahan ilmu dan teknologi bagi pembangunan Indonesia. Sasaran utama pengembangan Universitas Jember berdasarkan pada program pembinaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang meliputi Bidang Pendidikan dan Pengajaran, Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat.

Pelaksanaan sasaran utama program pembinaan Tri Dharma Perguruan Tinggi tidak terlepas dari dampak perkembangan teknologi komputer. Universitas Jember pada tahun 1983, mengantisipasi perkembangan komputer dengan membentuk Pusat Komputer dan pada tahun 1984 mendapat bantuan satu perangkat mini komputer (Mini G Honeywell Bull), selanjutnya pada tahun 1986 mendirikan gedung Pusat Komputer . Pendirian Pusat Komputer dimaksudkan guna mengelola dan merawat fasilitas penunjang kegiatan pembinaan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Kegiatan pembinaan Tri Dharma Perguruan Tinggi ini pada akhirnya punya tujuan, yang salah satunya adalah untuk menghasilkan lulusan (out put) yang berkualitas. Maka Perguruan Tinggi memerlukan dukungan sistem

pendidikan yang baik, sarana dan prasarana yang memadai. Semua itu sangat mendukung tercapainya kualitas Sumber Daya Manusia yang tinggi.

Salah satu sarana yang dapat meningkatkan kemampuan (skill) mahasiswa adalah komputer di samping sarana-sarana yang lain. Saat ini masyarakat sudah memasuki era komputerisasi dimana komputer sebagai media teknologi diperlukan sebagai sarana yang cepat dan tepat dalam analisa data, proses pengetikan yang praktis dan ringkas, pencetakan serta sarana pengembangan ilmu.

Jasa komputer semakin berkembang ini harus dibarengi dengan kebutuhan akan kepuasan konsumen dalam menggunakan teknologi tersebut. Banyak yang perlu dipikirkan oleh para pengelola jasa komputer, karena ketidakseragaman kebutuhan akan komputer dapat dipandang sebagai sesuatu yang harus terus ditingkatkan terutama mengenai pelayanan demi kepuasan konsumen.

Dilihat dari segi kebutuhan akan jasa komputer, ternyata banyak sekali bidang yang harus ditangani. Dan kesemuanya tidak bisa dipenuhi dari satu pelayanan jasa komputer saja. Namun banyak jasa komputer lain yang menawarkan bidang lain pula untuk pelayanan jasanya. Sehingga antara jasa pelayanan komputer satu dengan yang lain saling bersaing untuk memberikan yang terbaik bagi konsumen. Ada beberapa bidang yang ditawarkan oleh pelayanan jasa komputer antara lain pendidikan komputer (kursus), persewaan komputer (rental), pelayanan pengetikan, komputer servis, analisis data, dll.

Peluang yang ada ini ditawarkan oleh pengelola jasa komputer untuk memberikan jasa pelayanan komputer. Kepuasan konsumen adalah tujuan utama bagi pengelola usaha jasa komputer demikian juga halnya UPT komputer Universitas Jember, walaupun sebenarnya UPT Komputer ini merupakan lembaga non profit. Namun arah dan kebijakan strategi yang ditetapkan selalu mempertimbangkan faktor kepuasan konsumen. Dengan atribut yang ditawarkan oleh UPT Komputer Universitas Jember seperti tempat strategis, jenis komputer, biaya study, penyampaian materi, isi materi, suasana belajar, buku pendukung dan jadwal study maka diharapkan UPT Komputer Universitas Jember mampu memberikan kepuasan pada konsumen.



Swasta dan Handoko (1997:10) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai kegiatan-kegiatan individu secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Berdasarkan pengertian tersebut perilaku konsumen mencakup hal yang sangat luas dan kompleks, yakni keseluruhan aktivitas konsumen yang tidak hanya kegiatan fisik tetapi juga proses emosi dan mental untuk mendapatkan dan mempergunakan suatu produk sehingga kebutuhan dan keinginannya dapat terpenuhi serta tercapai kepuasan yang optimal.

Konsumen sebagai individu memiliki kriteria dan kondisi yang berbeda-beda sehingga menyebabkan kompleknya perilaku konsumen. Menurut Kotler (1995:203), perilaku konsumen dipengaruhi oleh empat faktor utama yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor kepribadian dan faktor kejiwaan, sedangkan Engel (1994:46-57) menyatakan adanya tiga katagori yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu pengaruh lingkungan (yang disebut faktor eksternal), perbedaan dan pengaruh individual serta proses psikologi.

Latar belakang masalah di atas dapat dianalisis tentang sikap konsumen terhadap jasa yang ditawarkan oleh perusahaan yang dalam hal ini adalah UPT Komputer Universitas Jember, karena jasa yang ditawarkan sangat beragam. Sehingga diharapkan UPT Komputer Universitas Jember lebih dapat meningkatkan kemampuannya dalam memberikan kepuasan pada konsumen.

## 1.2 Rumusan Masalah

Persaingan yang semakin ketat antara perusahaan yang menawarkan jasa yang beraneka ragam menyebabkan perusahaan semakin sadar untuk memahami perilaku konsumen pengguna jasa komputer ini. Apalagi UPT Komputer Universitas Jember merupakan lembaga non profit yang bernaung dibawah pengelolaan Universitas Jember tentunya berusaha memberikan yang terbaik bagi para konsumen yaitu mahasiswa Universitas Jember.

Lembaga non profit ini dalam konsep pemasaran berupaya memberikan kepuasan pada konsumen. Oleh karena itu perlu dipahami karakteristik pengguna

(konsumen) dan sikapnya terhadap jasa yang ditawarkan UPT Komputer Universitas Jember.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disusun rumusan masalah sbb :

1. Bagaimana karakteristik konsumen UPT Komputer Universitas Jember ?
2. Bagaimana skala prioritas kebutuhan konsumen pengguna komputer di UPT Komputer Universitas Jember ?
3. Apakah ada pengaruh faktor karakteristik konsumen UPT Komputer Universitas Jember terhadap kebutuhan konsumen atas atribut jasa UPT Komputer Universitas Jember ?
4. Bagaimana sikap konsumen terhadap jasa yang ditawarkan UPT Komputer Universitas Jember ?

Berpijak dari hal – hal diatas maka skripsi ini diberi judul : **“ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP JASA YANG DITAWARKAN OLEH UPT KOMPUTER UNIVERSITAS JEMBER DI JEMBER”**

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui karakteristik konsumen pengguna jasa UPT Komputer Universitas Jember
- b. Untuk mengetahui kebutuhan konsumen terhadap atribut jasa UPT Komputer Universitas Jember
- c. Untuk mengetahui pengaruh faktor karakteristik konsumen atas atribut jasa UPT Komputer Universitas Jember.
- d. Untuk mengetahui sikap (*attitude*) konsumen terhadap atribut jasa UPT Komputer Universitas Jember

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Penelitian sikap konsumen ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengelola UPT Komputer Universitas Jember untuk dapat memahami karakteristik konsumen, atribut jasa yang diinginkan konsumen dan sikap konsumen terhadap jasa UPT Komputer Universitas Jember. Selanjutnya dapat

digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penetapan strategi dan pengembangan lembaga guna memberikan kepuasan bagi konsumen.







## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan oleh lin Atori dalam judul “ Analisis Sikap Konsumen Pada Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Jember” pada tahun 1999 memberikan gambaran bahwa konsumen adalah merupakan suatu bagian yang sangat penting dalam pemasaran barang maupun jasa. Karakteristik konsumen, kebutuhan dan sikap serta perilakunya perlu dipahami secara mendalam untuk memperoleh gambaran yang komprehensif tentang diri konsumen dan dari produk atau jasa yang kita tawarkan. Hal tersebut dapat kita jadikan pijakan bahwa dalam pengambilan kebijakan dan mengembangkan suatu lembaga harus memperhatikan kepuasan konsumen. Karena konsumen adalah aset utama yang mempengaruhi perkembangan suatu lembaga.

Masih berdasarkan penelitian ini dapat diketahui bahwa karakteristik konsumen sangat berpengaruh terhadap pola konsumen itu melakukan kegiatan konsumsi dimana masing-masing karakteristik memiliki kecenderungan kebutuhan atribut jasa pada perusahaan jasa maupun produk. Adapun prioritas kebutuhan konsumen atas atribut jasa secara berurutan adalah : 1) Buku yang tersedia banyak dan variatif, 2) Kemudahan dalam memperoleh buku, 3) Tempat yang strategis dan mudah dijangkau, 4) Suasana ruang baca yang cukup tenang, 5) Ruangan yang nyaman, 6) Tata letak ruang yang rapi dan teratur, 7) Pelayanan administrasi yang ramah dan baik 8) Jam pelayanan yang memadai, 9) Tersediaanya fasilitas pendukung lainnya. Begitu pula dari analisis sikap konsumen dengan menggunakan Fishbein's Attitude Model dapat diketahui bahwa sebagian besar (74,72 %) konsumen merasa puas terhadap jasa perpustakaan dan 14,28 % merasa sangat puas, meskipun 9,90 % menyatakan tidak puas dan hanya 1,10 % yang menyatakan netral terhadap jasa perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Antara penelitian sekarang dan terdahulu mempunyai persamaan yaitu sama-sama menggunakan chi square dan *Fishbein's Attitude Model* dalam metode analisis data.

Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah bahwa atribut yang ditawarkan pada penelitian sekarang adalah 8 atribut yang meliputi 1)Tempat strategis dan mudah dijangkau, 2)Jenis komputer yang beragam, 3)Biaya study yang ringan, 4)Penyampaian materi yang jelas dan terarah, 5)Isi materi yang mudah dipahami, 6)Suasana belajar yang tenang dan mendukung, 7)Buku pendukung yang cukup lengkap, 8)Jadwal study yang fleksibel. Sedangkan penelitian dahulu menggunakan 9 atribut, yaitu 1) Buku yang tersedia banyak, 2)Kemudahan memperoleh buku, 3)Tempat yang strategis dan mudah dijangkau, 4)Suasana ruang baca yang cukup tenang, 5)Ruangan yang nyaman, 6)Tata letak ruang yang rapi dan teratur, 7)Pelayanan administrasi yang ramah dan baik, 8)Jam pelayanan yang memadai, 9)Tersedianya fasilitas pendukung lainnya. Pada penelitian ini memakai tiga komponen sikap, yaitu komponen kognitif, afektif dan konatif. Sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan dua komponen sikap saja yaitu komponen kognitif dan komponen afektif.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah *probability sampling* yaitu metode quota tak acak. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yaitu *Accidental sampling*.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Arti pemasaran sering dikacaukan dengan pengertian-pengertian: (1) penjualan, (2) perdagangan, dan (3) distribusi. Padahal istilah-istilah itu hanya merupakan satu bagian dari pemasaran secara keseluruhan.

Menurut Kotler (1997:8), pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Jadi kegiatan pemasaran harus dapat memberikan



kepuasan kepada konsumen sehingga konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan.

Bagi pemasaran perubahan lingkungan dapat merupakan tantangan-tantangan baru yang memerlukan tanggapan dan cara penyelesaian yang baru pula. Atau sebaliknya dapat berupa suatu peluang atau kesempatan mengembangkan usahanya. Kegiatan pemasaran harus dikoordinasikan dan dikelola dengan cara yang baik, maka dikenalilah istilah manajemen pemasaran. Adapun definisi dari manajemen pemasaran menurut Philip Kotler adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari pemikiran, penetapan harga, promosi aerta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi (Kotler, 1997:13).

### 2.2.2 Konsep Pemasaran dan Orientasi Pada Konsumen

Perusahaan yang sudah mulai mengenal bahwa pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses usahanya, akan mengetahui adanya cara dan falsafah baru yang terlibat didalamnya. Cara dan falsafah baru itu disebut konsep pemasaran (*marketing concept*). Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Ada tiga unsur pokok konsep pemasaran, yaitu :

#### a. Orientasi pada konsumen

Perusahaan yang benar-benar memperhatikan konsumen harus :

1. menentukan kebutuhan pokok (basic need) dari pembeli yang akan dilayani.
2. menentukan kelompok pembeli yang kan dijadikan sasaran penjualan .
3. menentukan produk dan program pemasarannya.
4. mengadakan penelitian pada konsumen, untuk mengukur, menilai dan menafsirkan keinginan, sikap, serta prilaku mereka.
5. menentukan dan melaksanakan strategi yang paling baik, apakah menitikberatkan pada mutu yang tinggi, harga yang murah, atau model yang menarik.



**b. Penyusunan kegiatan secara integral**

Pengintegrasian kegiatan pemasaran berarti bahwa setiap orang dan setiap bagian dalam perusahaan turut berkecimpung dalam suatu usaha yang terkoordinir untuk memberikan kepuasan konsumen, sehingga tujuan perusahaan dapat direalisasikan.

**c. Kepuasan konsumen**

Faktor yang akan menentukan apakah perusahaan dalam jangka panjang akan mendapatkan laba, ialah banyak sedikitnya kepuasan konsumen yang dapat dipenuhi.

**2.2.3 Orientasi Pasar Sebagai Penerapan Konsep Pemasaran**

Perusahaan perlu mencari konsep yang paling sesuai untuk digunakan sebagai pedoman untuk menjalankan kegiatan pemasaran. Hal ini sesuai dengan pendapat Philip Kotler (1995:22) bahwa kunci untuk mendapatkan tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara efektif dan efisien daripada saingannya.

Menurut Theodore Levitt (Kotler, 1997:18) bahwa ada perbandingan antara konsep berwawasan menjual dan konsep berwawasan pemasaran. Konsep berwawasan menjual memusatkan perhatian pada kebutuhan penjual sedang yang berwawasan pemasaran pada kebutuhan pembeli. Hal ini dapat dilihat pada gambar berikut.

**1. Konsep berwawasan pemasaran**

Titik Awal	Pusat perhatian	Sasaran	Tujuan
Pasar sasaran	Kebutuhan pelanggan	Pemasaran terkoordinir	Keuntungan melalui kepuasan pelanggan

**2. Konsep berwawasan menjual**

Titik awal	Pusat perhatian	Sasaran	Tujuan
Pabrik	Produk	Menjual dan mempromosikan	Laba melalui vol. Penjualan

Gambar 2.1 Perbandingan Konsep Berwawasan menjual dan Konsep berwawasan Pemasaran

Sumber : Kotler (1997:18)

Kunci keberhasilan organisasi dalam melaksanakan konsep ini adalah melayani target pasar dengan suatu cara yang tidak hanya pemenuhan kebutuhan saat ini tetapi juga memperhatikan manfaat bagi konsumen dan masyarakat (lingkungan) dalam jangka panjang.

**2.2.4 Ruang Lingkup dan Keputusan Jasa**

Definisi jasa menurut Kotler (1995:541) adalah "*A service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. It's production may or may not be tied to a physical product.*"

Jadi jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang tidak nampak dan tidak pula berakibat pada kepemilikan sesuatu. Dimana produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Pemahaman karakteristik jasa dapat membantu dalam penentuan strategi pemasaran yang tepat. Adapun karakteristik jasa adalah :

**a. Inseparability**

Suatu jasa tidak dapat dipisahkan dari sumber pemberinya. Pemberian jasa membutuhkan kehadiran pemberi jasa, baik berupa sebuah mesin maupun seorang manusia. Jadi produksi dan konsumsi terjadi secara bersama-sama



dengan pemberian jasa. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa.

**b. Intangible (tidak nampak)**

Jasa mempunyai sifat tidak nampak sehingga tidak dapat dilihat, dicicipi, dirasakan, didengar atau dicium baunya sekalipun belum dibeli. Advertensi dan promosi terhadap komoditi jasa ini dirasakan lebih sulit karena pemasar harus mengkomunikasikan gagasan atau konsep bukan obyek fisik.

**c. Variability**

Adanya hubungan yang erat antara jasa dan pemberi jasa maka variasinya tinggi sekali, tergantung pada pemberi jasa dan saat jasa tersebut diberikan. Hal itu dapat diartikan akan muncul variasi pada bentuk, kualitas maupun jenis. Konsumen jasa sangat peduli terhadap variabilitas yang tinggi ini, sehingga bila ingin mendapat yang terbaik, mereka akan melakukan pengurangan resiko dengan cara meminta pendapat orang lain atau mencari informasi tentang pemberi jasa yang terbaik yang sesuai dengan jasa yang diinginkan sebelum memutuskan untuk memilih dan melakukan pembelian.

**d. Perishability (daya tahan)**

Jasa tidak dapat disimpan, apabila jasa dikonsumsi pada saat ditawarkan maka akan terjadi pemborosan. Pemasar biasanya mengatasi masalah ini dengan mempertemukan permintaan dan penawaran. Dua strategi yang dapat dilakukan adalah :

1) Service Supply Management

Merupakan strategi untuk mempengaruhi tingkat penawaran yaitu :

- a. melakukan pekerjaan-pekerjaan penting selama masa-masa meningkatnya permintaan
- b. partisipasi pelanggan dalam beberapa tugas dapat ditingkatkan selama waktu-waktu puncak
- c. pelayanan bersama dikembangkan
- d. karyawan paruh waktu dapat dipakai untuk melayani permintaan puncak



## 2) Service Demand management

Merupakan strategi untuk mempengaruhi tingkat permintaan yaitu dengan cara :

- a. penentuan harga serba aneka untuk mengubah beberapa permintaan dari masa puncak ke masa surut
- b. permintaan atas jasa yang sedang sulit dapat ditumbuhkan
- c. "*presell service*", sebelum jasa dijual, manajer mengetahui masa-masa puncak dan dapat mencoba mengalihkan permintaan berlebihan pada periode dan fasilitas lain.

### e. Partisipasi konsumen

Konsumen memegang peranan yang cukup penting dalam hasil akhir dan kualitas pelayanan jasa, karena dalam pertukaran jasa selalu melibatkan konsumen yang mana merupakan bagian integral dari produksi jasa itu sendiri.

Pengembangan jasa individu untuk menawarkan pada pasar, seorang ahli strategi pemasaran harus membedakan konsep jasa menjadi tiga tingkat yaitu jasa inti, jasa *perseptible*, dan jasa tambahan.

#### a) Jasa Inti

Jasa inti adalah hal pokok yang dicari oleh konsumen, dimana jasa tersebut mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Orang-orang pemasaran mempunyai tugas untuk mencari dan mengetahui kebutuhan pokok yang tersembunyi dalam setiap jasa, sehingga tidak sekedar ciri-ciri jasa namun juga manfaat jasa tersebut dapat dijelaskan dalam komunikasi pemasaran.

#### b) Jasa *Perseptible*

Jasa inti yang merupakan kebutuhan pokok dari jasa tersebut dapat disediakan dalam berbagai bentuk yang *perseptible*. Pemasar mencoba membentuk enam atribut dasar jasa, agar pembeli merasakan bahwa jasa tersebut memberikan manfaat inti yang mereka cari. Enam atribut dasar jasa tersebut antara lain :

## 1. Personil

Banyak pemasar memusatkan perhatiannya pada tingkat pengalaman, tingkat pendidikan, kepribadian, kemampuan berkomunikasi dan beberapa karakteristik lainnya yang harus menyenangkan konsumen.

### a) Tingkat mutu

Pelatihan dan perekrutan karyawan secara cermat dapat membantu mempertahankan tingkat kualitas yang tinggi dan tingkat variabilitas yang rendah. Demikian pula halnya dengan usaha yang kuat untuk mendidik konsumen tentang manfaat mengikuti nasehat pemberi jasa dengan cermat.

### b) Waktu jasa

Jumlah waktu yang diperlukan untuk melaksanakan jasa tersebut.

### c) Waktu tunggu

Jumlah waktu yang harus disediakan pembeli untuk menunggu sebelum jasa tersebut diselesaikan secara memuaskan.

### d) Peralatan pendukung

Mesin-mesin, instrumen dan fasilitas lainnya yang digunakan oleh pemberi jasa untuk membantu penyerahan jasa tersebut secara memuaskan.

### e) Keamanan pemberian label

Nama dan kejelasan yang berkaitan dengan jasa tersebut atau himpunan jasa-jasa tersebut.

Sementara hubungan antara jasa dengan tingkat bayaran atau harga dapat dipandang sebagai atribut jasa profesional.

### c) Jasa Tambahan

Pemasar jasa profesional dapat menawarkan kepada pasar sasaran jasa tambahan dan manfaat yang melebihi jasa perseptible sehingga merupakan jasa tambahan. Perusahaan memperluas jasa perseptible mereka untuk memenuhi keinginan tambahan pelanggan dan/atau membedakan jasa-jasa dalam konteks persaingan.

Secara keseluruhan, dapat kita lihat bahwa suatu jasa profesional tidak sedemikian sederhana, melainkan merupakan tawaran yang terdiri dari jasa inti pemenuh kebutuhan utama, himpunan karakteristik yang perseptible dan himpunan



manfaat tambahan/perluasan. Semakin banyak jasa yang dapat ditawarkan sebagai komoditi khusus dan bergeser ke arah kelas bermerek dan khusus, makin ketat pula pengawasan yang harus dilakukan perusahaan terhadap tingkatan, waktu dan komposisi atas jasa mereka.

Penggolongan jasa dapat memberi manfaat yang besar bagi pemasar untuk membedakan jasa berdasarkan hakekat dari jasa itu sendiri. Hakekat dari jasa ditentukan apakah jasa itu ditujukan pada orang atau benda dan apakah tindakan yang diberikan berwujud atau tidak berwujud. Berpijak dari hal tersebut maka jasa dapat diklasifikasikan menjadi empat kategori yaitu :

- a. Tindakannya berwujud dan ditujukan kepada orang. Contoh : tukang cukur, ahli bedah dan sebagainya.
- b. Tindakannya berwujud dan ditujukan kepada benda. Contoh : perpustakaan, jasa angkut barang, reparasi radio dan sebagainya.
- c. Tindakannya berwujud dan ditujukan pada pikiran orang. Contoh : gedung bioskop, museum, pagelaran seni dan sebagainya.
- d. Tindakannya berwujud dan ditujukan pada aset pelanggan yang berwujud. Contoh : perbankan, akuntansi, asuransi dan sebagainya.

Produk yang ditawarkan tanpa membutuhkan jasa disebut "*Pure Product*", sedangkan produk-produk yang membutuhkan jasa sebagai penunjang setelah pembelian, seperti garansi atas pembelian mobil disebut "*Product - Related service*".

### 2.2.5 Ruang Lingkup Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Swastha dan Hani, 1997:10). Dari pengertian tersebut dapat diambil dua elemen yang sangat penting yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik.

Banyak orang yang akan terlibat dalam pengambilan keputusan untuk membeli. Masing-masing mempunyai peranan sendiri. Diantara peranan-peranan



untuk pembelian tersebut, yang terpenting adalah peranan *decider*. Karena itu perusahaan harus mampu untuk meneliti siapakah yang memutuskan sesuatu pembelian dalam sebuah keluarga untuk kemudian mengarahkan promosi kepada anggota keluarga tersebut.

Beberapa peranan perilaku konsumen dapat digolongkan sebagai berikut :

- a. **Initiator** : Individu yang mempunyai inisiatif untuk pembelian barang tertentu, atau yang mempunyai kebutuhan/keinginan tetapi tidak mempunyai wewenang untuk melakukan sendiri.
- b. **Influencer** : Individu yang mempengaruhi keputusan untuk membeli baik yang secara sengaja maupun tidak sengaja.
- c. **Decider** : Individu yang memutuskan apakah akan membeli atau tidak, apa yang akan dibeli, bagaimana membelinya, kapan dan dimana membelinya.
- d. **Buyer** : Individu yang melakukan transaksi pembelian sesungguhnya.
- e. **User** : Individu yang mempergunakan produk atau jasa yang dibeli.

Perkembangan jaman telah memaksa produsen barang maupun jasa untuk mengamati hal-hal yang kasat mata saja tetapi lebih dalam dari itu karena pada kenyataannya perilaku konsumen tidak hanya merupakan kegiatan yang jelas terlihat (*over act*), kegiatan yang jelas terlihat ini hanyalah merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan (*decision process*). Jadi analisa perilaku konsumen yang realistis hendaknya juga menganalisa proses-proses yang tidak dapat atau sulit diamati yang selalu menyertai proses pembelian. Mempelajari perilaku konsumen tidak hanya mempelajari apa (*what*) yang dibeli atau konsumen, tetapi juga mempelajari dimana (*where*) mereka membeli atau mengkonsumsi, bagaimana kebiasaannya (*how often*) mereka melakukan pembelian dan dalam kondisi macam apa (*under what conditions*) barang-barang dan jasa dibeli.

Dari deskripsi diatas dapat diketahui bahwa perilaku konsumen merupakan ancangan awal yang harus dipahami oleh setiap pemasar untuk menentukan strategi pemasaran dalam rangka memasarkan produknya. Kesalahan sedikit saja dalam menganalisis sikap konsumen akan menyebabkan kesalahan dalam menentukan strategi pemasaran. Akhirnya terjadi penyimpangan hasil yang diharapkan.

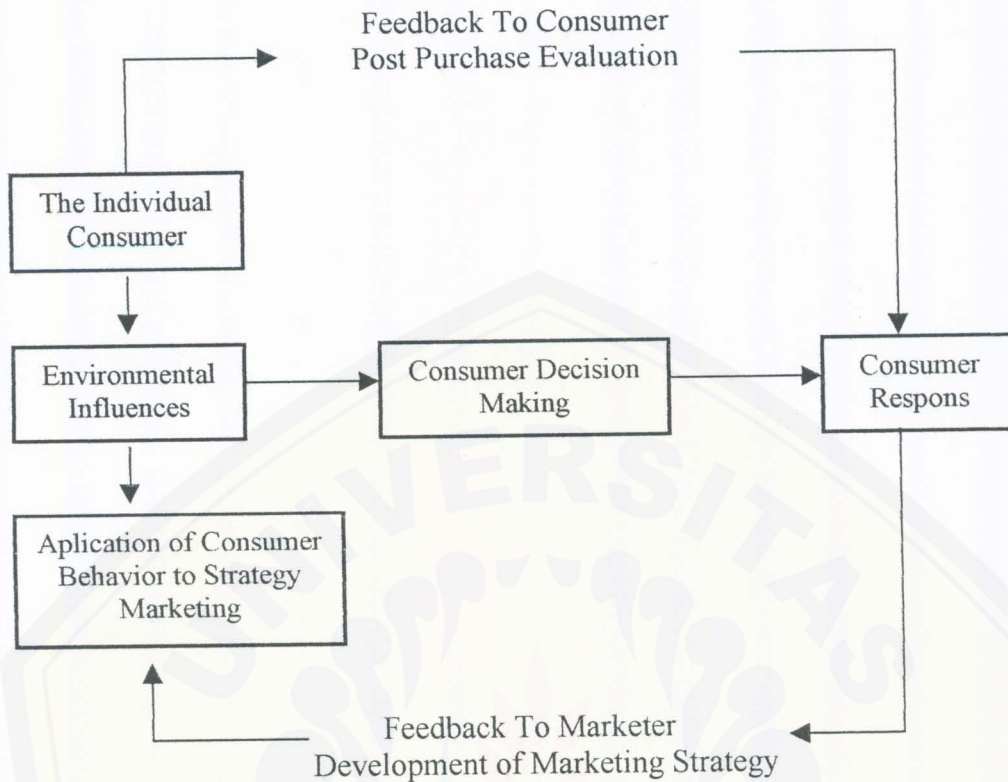
Model tentang perilaku konsumen telah digambarkan oleh Henry Assael (1998:14) yaitu sebuah model yang sederhana dimana dalam model ini yang ditekankan adalah hubungan antara konsumen dan pemasar. Komponen penting dari model ini adalah *Consumer Making*, yaitu “.....the process of perceiving and evaluation brand information, considering how brand alternatives meet the consumer’s need, and deciding on a brand.”

Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen, pertama adalah faktor pribadi atau internal (*The Individual Consumer*), dua faktor lainnya adalah pengaruh lingkungan (*Environmental Influences*) dan strategi pemasaran (*Marketing Strategy*) yang secara langsung mempengaruhi respon konsumen misalnya pemilihan terhadap suatu merek.

Pada model itu yang paling berpengaruh adalah *consumer decision making* yaitu proses menerima dan mengevaluasi informasi merek, mempertimbangkan bagaimana merek alternatif yang dapat memenuhi kebutuhan. Sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang tepat dalam pemilihan suatu merek.

Segera setelah konsumen membuat keputusan, pengevaluasian setelah pembelian dan merupakan umpan balik dari konsumen terjadi. Selama pengevaluasian, konsumen akan belajar dari pengalaman dan mungkin merubah pola konsumen dalam mencari informasi, menilai dan menyeleksi suatu merek. Selanjutnya pengalaman ini akan secara langsung mempengaruhi konsumen membeli merek yang sama. Sehingga secara tidak langsung konsumen akan bertahan pada merek yang sama karena merek itu telah menumbuhkan suatu sugesti yang mana membuat konsumen tetap menggunakan merek tersebut untuk memenuhi kebutuhannya. Gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada gambar berikut ini.





Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen  
Sumber : Assael (1998:14)

### 2.2.6 Proses Pengambilan Keputusan

Proses konsumen dalam membeli suatu barang atau jasa bukanlah merupakan suatu proses tunggal, tetapi lebih dari itu harus dipahami sebagai proses yang berkesinambungan. Maksudnya proses ini dibedakan antara, dimensi pengambilan keputusan (*decision making*) dan dimensi kebiasaan (*habit*). *Decision* didasarkan atas proses pencarian informasi dan penilaian berbagai alternatif merek sedang kebiasaan hanya sedikit sekali melibatkan proses pengambilan keputusan, apabila konsumen puas akan produk suatu merek maka konsumen tersebut akan terus melakukan pembelian terhadap merek tersebut.

Kedua dimensi pembelian diatas akan melahirkan empat tipe keputusan pembelian, yaitu :



**a. Proses pengambilan Keputusan yang Kompleks**

Tipe ini terjadi apabila tingkat keterlibatan konsumen tinggi dan pada pengambil keputusan yang kompleks. Dalam hal ini konsumen secara aktif mencari informasi, menilai kemudian mempertimbangkan dengan seksama alternatif yang ada dengan kriteria tertentu.

**b. Pembelian berdasarkan kebiasaan dan kesetiaan pada suatu merek**

Konsumen yang puas dengan merek tertentu akan terus mempergunakan merek tersebut tanpa banyak pertimbangan, konsumen tersebut akan menjadi konsumen yang loyal (*customer loyalty*).

**c. Pembelian berdasarkan mencari keseragaman**

Dalam tipe ini keterlibatan konsumen rendah dan cenderung berganti-ganti merek untuk mengurangi kebosanan sehingga cenderung untuk mencari variasi baru. Keputusan untuk memilih suatu merek tidak perlu direncanakan akibatnya keputusan yang diambil lebih banyak terjadi ditoko.

**d. Inertia**

Terjadi apabila konsumen membeli merek yang sama karena konsumen merasa membuang-buang waktu dan merepotkan apabila mencari alternatif lain. Konsumen cenderung untuk memilih merek yang paling memuaskan.

Tujuan kegiatan pemasaran adalah mempengaruhi konsumen untuk bersedia membeli barang dan jasa perusahaan (disamping barang lain) pada saat mereka membutuhkannya. Sehingga perlu dipahami perilaku konsumen termasuk didalamnya faktor-faktor yang mempengaruhinya agar diperoleh kegiatan pemasaran yang tepat.

Kotler mengelompokan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menjadi beberapa faktor, baik faktor internal maupun eksternal. Faktor-faktor tersebut antara lain :

- a) Kelompok kebudayaan yang terdiri dari kultur, sub kultur dan kelas sosial (berdasarkan pendapatannya).
- b) Kelompok sosial terdiri dari kelompok referen, keluarga serta peran dan status sosial (berdasarkan kegiatannya).

- c) Kelompok kepribadian terdiri dari usia, dan tahapan siklus hidup manusia, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri.
- d) Kelompok kejiwaan (psikologis) terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan dan sikap.

Sedangkan Engel (1994:48) menyatakan ada beberapa faktor yang memiliki pengaruh mendasar terhadap perilaku konsumen, yaitu :

- a) Pengaruh lingkungan (*environmental influences*)
- b) Perbedaan dan pengaruh individu (*individual differences and influences*)
- c) Proses psikologis (*psikological processes*)

Walaupun terjadi perbedaan dalam pengelompokan, namun faktor-faktor yang diperlihatkan tetap sama yaitu berasal dari dalam diri (intern) dan faktor-faktor yang berasal dari luar diri konsumen (ekstern). Faktor-faktor intern yang menjadi dasar dalam perilaku konsumen antara lain : motivasi, pengamatan, belajar, kepribadian dan konsep diri dan sikap (Swastha dan Handoko, 1997:77). Sedangkan faktor-faktor ekstern yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah kebudayaan (*culture*) dan kebudayaan khusus (*sub culture*), kelas sosial (*social class*), kelompok-kelompok sosial (*social group*) dan kelompok referensi (*reference group*) dan keluarga (Swastha dan Handoko, 1997: 58).

### **A. Faktor-Faktor Internal yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen**

#### **a. Motivasi**

Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan. Motif yang terdapat pada seseorang akan diarahkan pada tujuan mencapai tujuan kepuasan (Swatha dan Handoko, 1997 :77). Jadi motif merupakan hal yang dapat disimpulkan adanya karena sesuatu yang dapat kita saksikan. Tiap kegiatan yang dilakukan oleh seseorang didorong oleh sesuatu kekuatan dari dalam diri orang itu, kekuatan pendorong itulah yang disebut motif.

#### **b. Pengamatan**

Pengamatan adalah suatu proses dengan mana konsumen (manusia) menyadari dan menginterpretasikan aspek lingkungannya. Atau dapat dikatakan proses penerimaan dan adanya rangsangan (stimuli) di dalam lingkungan intern



dan ekstern, sehingga pengamatan bersifat aktif. Terjadinya pengamatan dipengaruhi oleh pengalaman masa lampau dan sikap sekarang dari individu.

#### c. Belajar

Belajar dapat didefinisikan sebagai perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai hasil akibat adanya pengalaman. Perubahan-perubahan perilaku itu bersifat tetap atau permanen dan bersifat fleksibel.

#### d. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian adalah organisasi dari faktor-faktor biologis, psikologis dan sosiologis yang mendasari perilaku individu. Kepribadian mencakup kebiasaan-kebiasaan, sikap dan lain-lain ciri-ciri sifat atau watak yang khas yang menentukan perbedaan perilaku dari tiap-tiap individu, dan yang berkembang apabila orang tadi berhubungan dengan orang lain. Ada tiga unsur kepribadian yaitu pengetahuan, perasaan dan dorongan naluri.

Konsep diri menurut Theodore M. Newcombe adalah individu yang diterima oleh individu itu sendiri dalam kerangka kehidupannya dalam suatu masyarakat yang menentukan. Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa konsep diri adalah cara pandang konsumen terhadap dirinya sendiri. Konsep ini tidak dibatasi oleh keinginan fisik, tetapi termasuk hal-hal lain seperti kekuatan, kejujuran, rasa humor, keadilan, kejahatan dan lain sebagainya.

#### e. Sikap

Sikap adalah suatu keadaan jiwa (mental) keadaan fikir (neural) yang dipersiapkan untuk memberikan suatu tanggapan terhadap suatu obyek, yang diorganisir melalui pengalaman serta mempengaruhi secara langsung dan atau secara dinamis pada perilaku (Swastha dan Handoko, 1997:93). Sikap ini dilakukan konsumen berdasarkan pandangannya terhadap produk dan proses belajar baik dari pengalaman ataupun dari yang lain.

## **B. Faktor-Faktor Ekstern (Lingkungan) yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen**

### **a. Kebudayaan dan kebudayaan khusus**

Kebudayaan menurut Stanton merupakan simbol dan fakta yang kompleks, yang diciptakan manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur perilaku manusia dalam masyarakat yang ada (Swastha dan Handoko, 1997:60). Kebudayaan bersifat sangat luas dan menyangkut segala aspek kehidupan manusia. Kebudayaan adalah kompleks yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan lain-lain. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatis, cara-cara atau pola-pola berpikir, merasakan dan bertindak.

Setiap budaya memiliki sub budaya yang lebih kecil yang merupakan identifikasi dan sosialisasi yang khas untuk perilaku anggota. Mempelajari perilaku konsumen adalah mempelajari perilaku manusia, karena itu perilaku konsumen juga ditentukan oleh kebudayaan yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa di pasar.

### **b. Kelas Sosial**

Pengertian kelas sosial dalam hal ini adalah sama dengan istilah lapisan sosial, tanpa membedakan apakah dasar pembagian kelas itu uang, tanah, kekuasaan atau dasar lainnya. Ukuran atau kriteria yang Pengertian kelas sosial dalam hal ini adalah sama dengan lapisan biasanya dipakai untuk menggolong-golongkan anggota-anggota masyarakat ke dalam kelas-kelas tertentu yaitu kekayaan, kekuasaan, kehormatan dan ilmu pengetahuan.

### **c. Kelompok Sosial dan Kelompok Referensi**

Kelompok-kelompok sosial adalah kesatuan sosial yang menjadi tempat individu-individu berinteraksi satu sama lain karena adanya hubungan di antara mereka. Sedangkan kelompok referensi adalah kelompok sosial yang menjadi ukuran seseorang (bukan anggota kelompok tersebut) untuk membentuk kepribadian dan perilakunya. Kelompok referensi ini mempengaruhi perilaku seseorang dalam pembeliannya, dan sering dijadikan pedoman oleh konsumen



dalam bertingkah laku. Kelompok referensi antara lain adalah serikat buruh, team oleh raga, perkumpulan agama, dan lain – lain.

#### d. Keluarga

Keluarga merupakan faktor utama pembentuk kepribadian seseorang, sehingga secara tidak langsung maka keluarga mempengaruhi perilaku seseorang. Keluarga adalah lingkungan pertama yang dimasuki oleh seseorang. Dibandingkan dengan kelompok-kelompok lainnya dimana seseorang berhubungan langsung, keluarga memainkan peranan yang terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku manusia. Perilaku pembelian dari sebuah keluarga akan berubah-ubah sesuai dengan tahap perkembangan di dalam siklus kehidupan keluarga (*family life cycle*).

### 2.2.7 Aplikasi Perilaku Konsumen Pada Strategi Pemasaran

Komponen strategi dan komponen perilaku secara konstan saling mempengaruhi, perilaku konsumen mempengaruhi strategi pemasaran yang akan diterapkan begitu juga sebaliknya strategi pemasaran yang diterapkan akan mempengaruhi perilaku konsumen itu sendiri.

Unsur strategi mencakup identifikasi peluang pasar yang ada dan perencanaan pemasaran. Identifikasi peluang pasar memerlukan segmentasi pasar dan product positioning. Segmentasi pasar mencakup penentuan pasar sasaran yang didasarkan pada kebutuhan konsumen. Product positioning menyampaikan manfaat produk untuk memenuhi kebutuhan atau beberapa segmen.

Informasi mengenai peluang pasar memberikan bahan dalam perencanaan pemasaran. Tiap komponen dari perencanaan pemasaran dihubungkan dengan segi tertentu dari perilaku konsumen. Advertensi dinilai dari bagaimana konsumen menerima, menginterpretasikan dan menyimpan informasi pemasaran tersebut. Unsur perilaku konsumen disini adalah pemrosesan informasi oleh konsumen. Promosi penjualan dan rangsangan dalam toko (*in-store stimuli*) dinilai bagaimana seorang konsumen bereaksi terhadap iklan dan toko-toko, promosi harga, peragaan dalam toko (*in-store display*) dan suasana toko (*store*

*environment*). Unsur perilaku disini adalah perilaku berbelanja dalam toko (*in-store behavior*).

Secara ringkas apa yang ada dalam pikiran konsumen akan mempengaruhi perencanaan strategi pemasaran baru maupun strategi yang telah ada. Penyusunan strategi pemasaran ditentukan oleh :

- a. Peluang pasar diidentifikasi berdasarkan kebutuhan yang belum terpenuhi.
- b. Produk-produk baru dikembangkan dan dipositioningkan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.
- c. Positioning yang berhasil tergantung dari persepsi konsumen terhadap produk baru tersebut.
- d. Strategi periklanan didasarkan pada penyampaian manfaat yang diinginkan konsumen.
- e. Strategi media didasarkan oleh karakteristik demografi dari pasar sasaran.
- f. Kecenderungan pembelian konsumen tergantung dari seberapa jauh karakteristik merek dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Berhasil atau tidaknya strategi yang diterapkan tergantung dari apakah :

- a. Kebutuhan konsumen sudah terpenuhi oleh produk lain.
- b. Konsumen mempersepsikan suatu merek sesuai dengan yang dimaksud dalam pesan periklanan.
- c. Sikap terhadap suatu merek adalah positif.
- d. Kebutuhan, persepsi, dan sikap mendorong konsumen untuk tetap setia pada suatu merek.

#### **2.2.8 Ruang Lingkup dan Metode Pengukuran Sikap (Attitude)**

Sikap (*attitude*) seseorang adalah predisposisi (keadaan mudah terpengaruh) untuk memberikan tanggapan terhadap rangsangan lingkungan, yang dapat memulai atau membimbing tingkah laku orang tersebut (Swastha dan Handoko, 1997:93). Sikap merupakan hasil dari faktor genetik dan proses belajar, dan selalu berhubungan dengan obyek atau produk.

Secara definitif sikap berarti suatu keadaan jiwa (mental) dan keadaan pikir (neural) yang dipersiapkan untuk memberi tanggapan terhadap suatu obyek,



yang diorganisir melalui pengalaman serta mempengaruhi secara langsung dan atau secara dinamis.

Sikap konsumen (*Consumers Attitude*) merupakan ungkapan perasaan seseorang, perasaan ini dapat berupa perasaan yang positif, negatif, maupun netral terhadap sesuatu yang berupa barang, jasa, firma, institusi, dan atau gagasan. Perasaan bernilai positif diartikan sebagai suatu perasaan yang menyenangkan atau mendukung terhadap sesuatu seperti yang disebutkan diatas, sebaliknya perasaan yang bersifat negatif diartikan sebagai lawan dari pernyataan negatif adalah perasaan yang tidak menyukai sedangkan perasaan netral dianggap sebagai perasaan yang biasa-biasa saja, artinya tidak ada pengaruh terhadap sesuatu tersebut.

Sikap menggambarkan penilaian kognitif, yang baik maupun tidak baik, perasaan emosional, dan kecenderungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa obyek atau gagasan. Sikap terdiri dari tiga komponen yaitu :

(a) Keyakinan (*Belief*)

Komponen pertama, kognitif dimana apa yang dipercayai konsumen bahwa suatu produk mempunyai atribut-atribut tertentu, akan membentuk anggapan konsumen terhadap merek tertentu.

(b) Penilaian Terhadap Suatu Merek (*Brand Evaluation*)

Komponen sikap kedua, afektif, menunjukkan penilaian keseluruhan konsumen terhadap suatu merek yang dinilai dari berbagai segi karena terdapat berbagai atribut dalam produk tersebut.

(c) Kecenderungan Untuk Bertindak

Komponen ketiga, konatif, adalah kecenderungan konsumen dalam bereaksi terhadap suatu obyek, dan biasanya diukur dengan maksud konsumen untuk membeli.

Sikap konsumen akan mempunyai daya atau kekuatan yang kuat untuk mempengaruhi persepsi serta perilaku beli konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Sikap konsumen terhadap suatu merek tergantung pada merek

tersebut sebagai alat dalam memenuhi kebutuhannya dan nilai yang diberikan pada kebutuhan konsumen.

Sumber-sumber yang membuaat manusia sadar akan kebutuhan dirinya, penting bagi dirinya dan bagaimana sikap dikembangkan terhadap obyek yang memuaskan kebutuhan tersebut :

a. Pengalaman Pribadi

Pengalaman langsung yang dialami dengan salesman, produk, pelayanan yang diberikan pada konsumen akan menunjang dalam pembentukan sikap terhadap suatu obyek.

b. Pergaulan dengan kelompok (*Group Assosiations*)

Beberapa kelompok yang turut membentuk sikap seseorang terhadap suatu obyek adalah keluarga, kelompok sosial dan kelompok budaya.

c. Pengaruh orang lain (*Influential Others*)

Sikap konsumen dapat dibentuk dan berubah melalui kontak langsung dengan seseorang seperti teman dekat, relasi, dan para ahli.

Sumber-sumber tersebut memberikan informasim dan pengaruh kepada konsumen tentang produk, jasa atau obyek-obyek yang lain. Proses transfer informasi ini menyebabkan perkembangan, perubahan, atau penguatan terhadap kepercayaan konsumen terhadap suatu obyek dan arti pentingnya tiap atribut yang melekat pada obyek.

Ada empat fungsi utama sikap yang mana akan melindungi dan mempertahankan image yang ada pada mereka. Dan secara lebih umum fungsi-fungsi ini merupakan dasar yang mendorong dan memperkuat sikap positif terhadap suatu obyek lain yang dianggap merugikan atau sebagai ancaman. Berikut ini adalah empat fungsi sikap itu :

a. **The Ego-Defensive Function**

Sikap disini dibentuk untuk melindungi ego dan image dari berbagai macam ancaman.

b. **The Adjusment Function**

Fungsi ini mengarahkan seseorang untuk mendapatkan obyek yang disenangi dan menghindari obyek yang tidak disukai.



**c. The Knowledge Function**

Sikap disini dikembangkan untuk mengurangi ketidakpastian dan kebingungan.

**d. The Values-Expressive Function**

Sikap disini dibentuk untuk mengekspresikan nilai yang dipegang seseorang.

Sikap mempunyai beberapa karakteristik, yaitu :

- a. Sikap mempunyai suatu obyek, baik berupa produk, suatu tindakan maupun suatu konsep.
- b. Sikap mempunyai arah (*direction*), tingkat (*degree*), dan intensitas. Arah artinya sikap akan menunjukkan apakah seseorang menyetujui atau tidak menyetujui, mendukung atau tidak mendukung, memihak atau tidak memihak terhadap suatu obyek. Tingkat artinya sampai dimana seseorang menyukai atau tidak menyukai suatu obyek, sedang intensitas menunjukkan tingkat kekuatan perasaan seseorang terhadap keyakinan.
- c. Sikap juga menunjukkan pengorganisasian, yang berarti sikap mempunyai internal konsistensi. Konsistensi sikap ditunjukkan oleh subyek dengan responnya terhadap obyek sikap.
- d. Sikap merupakan hasil dari proses belajar, sikap dibentuk dari pengalaman pribadi, informasi dari teman, tenaga penjual dan media massa.

**2.2.9 Fishbein's Attitude Model**

Analisa sikap konsumen sangat penting untuk dilakukan sebagai dasar untuk menentukan strategi pemasaran yang akan dipakainya. Jadi kesalahan dalam mengidentifikasi sikap konsumen dapat menyebabkan kesalahan penentuan strategi pemasaran sehingga terjadi penyimpangan hasil yang diharapkan.

Adapun sikap konsumen dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa cara. Namun, pada penelitian ini, sikap konsumen diukur dengan menggunakan analisa Model Sikap Atribut (*Multiattribute Attitude Model*) yang sering digunakan dalam riset pemasaran ini. Model ini dikemukakan pertama kali oleh

Martin Fishbein sehingga formulasi dari sistem ini lebih dikenal sebagai *Martin Fishbein's Attitude Model* atau lebih ringkasnya *Fishbein's Attitude Model* saja.

Kunci dari teori yang dikemukakan oleh Fishbein terletak pada evaluasi terhadap keyakinan konsumen yang akan sangat mempengaruhi seluruh sikapnya. Dengan bahasa sederhananya dapat dijelaskan bahwa seseorang akan lebih menyukai "suatu obyek" yang diasosiasikan baik dan sebaliknya, tidak akan menyukai suatu obyek yang diasosiasikan buruk.

Model sikap Fishbein yang menggunakan multiatribut dirumuskan sebagai berikut (Engel, Blackwell, Miniard, 1994: 348):

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Keterangan :

$A_o$  = nilai (skor) sikap keseluruhan konsumen pada suatu obyek

$b_i$  = kekuatan keyakinan konsumen pada obyek dengan atribut  $i$

$e_i$  = penilaian atau intensitas perasaan (evaluasi) terhadap atribut  $i$

$n$  = jumlah dari atribut yang menonjol

Model ini mengatakan bahwa untuk menentukan sikap keseluruhan terhadap suatu obyek, pertama perlu ditentukan kepercayaan yang paling menentukan sikapnya. Kepercayaan yang paling relevan ini disebut "*salient belief*". Sikap keseluruhan terhadap suatu obyek didapat dari hasil perkalian antara angka kepercayaan dan angka penilaian dari setiap atribut dan kemudian dijumlahkan untuk mendapatkan nilai totalnya ( $A_o$ ).





### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang dilaksanakan merupakan penelitian survei. Singarimbun (1995:3) mendefinisikan penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang utama. Penelitian survei ini digunakan untuk maksud deskriptif dan evaluasi (Singarimbun, 1995:4).

#### 3.2 Metode Pengambilan Sampel

##### 3.2.1 Populasi

Populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Jember yang memanfaatkan pelayanan jasa dari UPT Komputer Universitas Jember khususnya pendidikan ireguler atau kegiatan ekstra kuliah periode Oktober-November 2001. Populasi yang dijadikan sumber data berjumlah 114 orang dari keseluruhan mahasiswa Universitas Jember.

##### 3.2.2 Tehnik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan tehnik *Nonprobability Sampling* yaitu *Accidental Sampling*, dimana dalam tehnik ini pengambilan sample tidak ditetapkan terlebih dahulu. Peneliti langsung mengumpulkan data dari unit sampel yang ditemuinya dan setelah jumlahnya diperkirakan mencukupi, pengumpulan data akan dihentikan untuk selanjutnya diolah dan dianalisa (Soeratno dan Lincoln, 1995:119).

Dalam penentuan jumlah sampel sebenarnya tidak ada aturan yang tegas yang dipersyaratkan untuk suatu penelitian dari populasi yang tersedia. Juga tidak ada batasan yang pasti dan jelas apa yang dimaksud dengan sample besar atau yang kecil. Namun ada beberapa orang yang menyatakan bahwa jumlah sampel yang sesuai adalah sepersepuluh populasi. Namun demikian mutu suatu penelitian tidak ditentukan oleh jumlah sampel, akan tetapi oleh kokohnya dasar-dasar teorinya, oleh rancangan penelitian serta mutu pelaksanaan dan

pengolahannya. Untuk itu dalam penelitian ini mengambil sampel sebesar 57 orang. Jumlah itu dianggap mampu mewakili populasi yang ada dan selain itu karena pertimbangan biaya, fasilitas dan waktu yang tersedia cukup terbatas.

### 3.3 Prosedur Pengumpulan Data

#### 3.3.1 Jenis dan Sumber Data

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung di lapangan dengan metode tertentu. Sumber data primer adalah obyek penelitian yaitu responden.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari pihak lain, bukan diusahakan sendiri. Sumber data sekunder adalah bukti-bukti tulisan (dokumentasi), jurnal-jurnal, laporan dari pakar/ peneliti dan instansi yang terkait terutama yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### 3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan penelitian ini digunakan metode sebagai berikut .

- a. Metode kuesioner yaitu metode pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pertanyaan yang disampaikan pada responden.

### 3.4 Definisi Variabel Operasional

- a. **Analisis** adalah suatu penilaian atau studi pendekatan terhadap suatu masalah atau keadaan tertentu untuk menentukan pentingnya masalah tersebut. (Mulyadi, 1979 :4)
- b. **Sikap Konsumen** adalah perasaan pengguna jasa UPT Komputer Unej yang bisa bersikap positif, negatif maupun netral. Adapun pengukuran sikap ini adalah dengan menggunakan 5 skala jawaban (skala likert) yang disediakan yaitu sangat senang, senang, tidak tahu, tidak senang, dan sangat tidak senang dimana masing-masing jawaban tersebut akan diberikan nilai 5, 4, 3, 2 dan 1.
- c. **Jasa** adalah setiap kegiatan bermanfaat yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang tidak tampak dan tidak pula berakibat pada kepemilikan sesuatu. (Kotler, 1995:541)



d. Karakteristik konsumen UPT Komputer Unej yang dimaksud dalam penelitian ini adalah :

1. Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin, dengan variabel : pria dan wanita.
2. Karakteristik konsumen berdasarkan Fakultas dari masing-masing responden dengan variabelnya yaitu fakultas dari masing-masing responden.
3. Karakteristik konsumen berdasarkan tahun angkatan dari responden dengan variabelnya adalah angkatan 2001, 2000, 1999, 1998 dan angkatan dibawah 1997.
4. Karakteristik konsumen berdasarkan uang saku perbulan dengan variabelnya adalah kurang dari Rp 150.000,-, Rp 151.000,- sampai dengan Rp 200.000,-, Rp 201.000,- sampai dengan Rp 250.000,-, Rp 251.000,- sampai dengan Rp 300.000,-, dan lebih besar dari Rp 301.000,-.

e. Atribut UPT Komputer Unej yang dimaksud dalam penelitian ini adalah :

1. Tempat yang strategis
2. Jenis komputer untuk kualitas mutakhir
3. Biaya kursus
4. Peyampaian materi yang jelas dan terarah
5. Isi materi yang mudah dipahami
6. Suasana belajar yang tenang dan mendukung
7. Buku pendukung yang cukup lengkap
8. Jadwal study yang fleksibel

### 3.5 Metode Analisis Data

- a. Untuk mengetahui karakteristik konsumen pengguna jasa UPT Komputer Universitas Jember digunakan pendekatan deskriptif dengan menggunakan analisis tabel (Saifudin, Azwar, 1988:68).

Tabel 3.1 Karakteristik Konsumen Pengguna Jasa UPT Komputer Universitas Jember

No.	Variabel	Frekwensi	Prosentase
1.	Variabel a	XXX	XXX
2.	Variabel b	XXX	XXX
3.	Variabel c	XXX	XXX
4.	Variabel d	XXX	XXX
5.	Variabel e	XXX	XXX
Jumlah		XXX	XXX

(Saifudin, Azwar, 1988:68)

Data yang diperoleh dari responden (berupa karakteristik responden) melalui kuesioner diolah dan disajikan dalam bentuk tabel, kemudian dianalisa. Karakteristik responden dapat dijadikan sebagai penentuan segmen konsumen pengguna jasa UPT Komputer Universitas Jember. Adapun karakteristik konsumen itu meliputi : jenis kelamin, fakultas, tahun masuk, dan uang saku perbulan.

- b. Untuk mengetahui kebutuhan konsumen terhadap atribut jasa UPT Komputer Universitas Jember digunakan analisa skala prioritas

Konsumen dalam memanfaatkan jasa UPT Komputer Universitas Jember memiliki prioritas kebutuhan yang berbeda-beda terhadap atribut jasa UPT Komputer Universitas Jember, oleh karena itu perlu diketahui skala prioritas kebutuhan konsumen secara keseluruhan. Data yang diperoleh melalui kuesioner disajikan dalam bentuk tabel agar diketahui skala prioritas kebutuhan konsumen terhadap atribut jasa UPT Komputer Universitas Jember secara keseluruhan.



Tabel 3.2 Skala Prioritas Kebutuhan Konsumen Terhadap atribut Jasa UPT Komputer Universitas Jember.

No	Skor Atribut	8	7	...	2	1	Total	Prioritas
		1	2	...	7	8		
1.	Atribut a							
2.	Atribut b							
3.	Atribut c							
	:							
n	Atribut n					$Y_{xn}$ $Z_{xn}$	$\Sigma Z_{xn}$	

(Saifudin, Azwar, 1988:68)

$Y_{xn}$  = Jumlah responden yang memilih atribut n

$Z_{xn}$  =  $Y_{xn} \times$  Skor

- c. Untuk mengetahui pengaruh faktor karakteristik konsumen terhadap kebutuhan konsumen atas atribut jasa UPT Komputer Universitas Jember digunakan Chi Square Test.

Tabel 3.3 Data Frekuensi Pilihan Pertama atribut Jasa UPT Komputer Menurut Faktor Karakteristik Konsumen

No	Atribut	Faktor Karakteristik				Total
		Var. a	Var.b	...	Var K	
1.	Atribut 1	n1a	N1b	...	n1K	n1o
2.	Atribut 2	n2a	N2b	...	n2K	n2o
3.	Atribut 3	n3a	N3b	...	n3K	n3o
:	:	:	:	:	:	:
N	Atribut B	NBa	NBb	...	nBK	nBo
	Jumlah	No1	No2	...	NoK	N

(Saifudin, Azwar, 1988 :73)

Daftar diatas adalah daftar kontingensi ukuran B x K, jadi ada B baris yang menyatakan atribut jasa UPT Komputer dan K kolom yang menyatakan faktor karakteristik konsumen.

Untuk dapat mengetahui pengaruh faktor karakteristik konsumen terhadap pemilihan atribut jasa UPT Komputer, maka frekwensi - frekwensi yang

diharapkan akan terjadi secara teoritis dapat dirumuskan sebagai berikut (Sujana,1998:64) :

$$N_{ij} = \frac{n_{i0} \times n_{0j}}{n}$$

Keterangan :

$n_{ij}$  = frekwensi yang disebabkan oleh atribut ke-i dan variabel faktor karakteristik konsumen ke-j;

$n_{i0}$  = jumlah subfaktor atribut jasa UPT Komputer pada baris ke-i;

$n_{0j}$  = jumlah subfaktor ke-j pada faktor karakteristik konsumen;

$n$  = jumlah seluruh frekwensi yang terjadi;

$N_{ij}$  = frekwensi teoritis yang diharapkan terjadi untuk tiap sel.

Setelah frekwensi yang sebenarnya terjadi dan diharapkan untuk tiap sel diperoleh, maka yang perlu dicari untuk menentukan pengaruh faktor karakteristik konsumen terhadap pemilihan atribut jasa UPT Komputer dengan menggunakan distribusi  $X^2$  dengan rumus Chi Square (Sujana,1998:68):

$$X^2 = \sum_{i=1}^B \sum_{j=1}^K \frac{(n_{ij} - N_{ij})^2}{N_{ij}}$$

Berdasarkan tabel distribusi  $X^2$ , dengan tingkat kepercayaan  $\alpha$  dan derajat kebebasan (df) = (B-1) X (K-1) akan diperoleh nilai  $X^2 \alpha$  Hipotesa yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Hipotesa nol ( $H_0$ ), tidak ada pengaruh faktor karakteristik responden terhadap atribut jasa UPT Komputer yang dipilih responden;
2. Hipotesa alternatif ( $H_1$ ), ada pengaruh faktor karakteristik responden terhadap atribut jasa UPT Komputer yang dipilih responden.

Kriteria pengujian sebagai berikut :

- a) Apabila  $X^2 > X^2 \alpha$  maka  $H_0$  ditolak artinya ada pengaruh karakteristik responden terhadap atribut jasa yang dipilih responden



b) Apabila  $X^2 < X^2\alpha$  maka  $H_0$  diterima artinya tidak ada pengaruh karakteristik responden terhadap atribut jasa yang dipilih responden.

d. Untuk mengetahui sikap konsumen pada UPT Komputer Universitas Jember, digunakan *Fishbein's Attitude Model*.

Ada dua komponen penting yang perlu diperhatikan sebelum melakukan penilaian suatu sikap konsumen pada suatu obyek yaitu :

1) Komponen Kognitif

Yaitu komponen yang mengacu kepada kesadaran dan pengetahuan konsumen untuk percaya atau tidak percaya bahwa sebuah produk/jasa memiliki atribut tertentu. Komponen ini juga disebut komponen keyakinan (*belief component*).

2) Komponen Afektif

Yaitu komponen yang mengacu kepada referensi dan kesenangan responden sebagai hasil evaluasi terhadap atribut suatu obyek. Komponen ini disebut komponen penilaian atau evaluasi.

3) Komponen Konatif

Adalah komponen yang mengacu kepada perilaku yang berupa "niat membeli" dan "membeli". Perilaku mengacu kepada apa yang telah atau sedang dikerjakan oleh para responden.

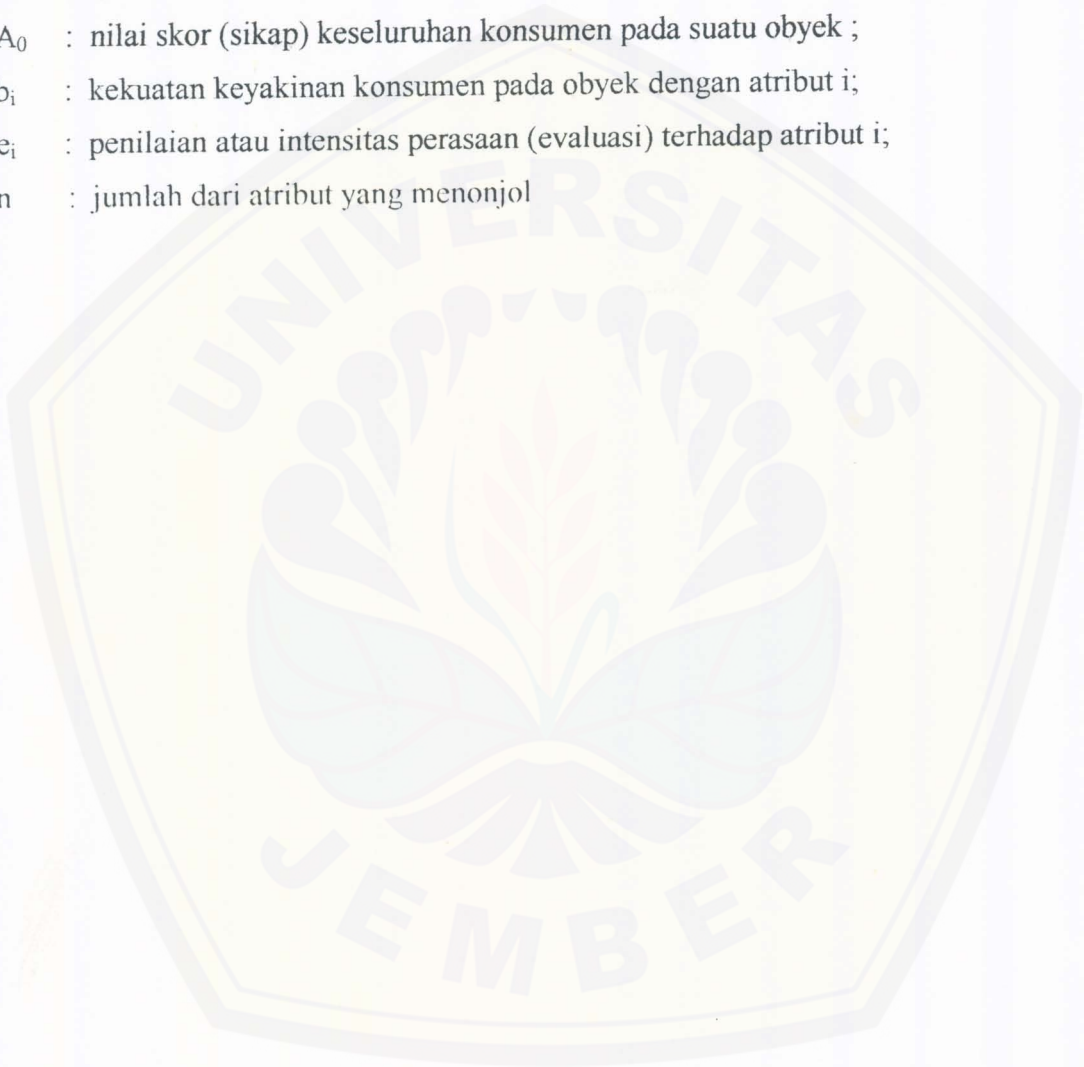
Kedua komponen tersebut digunakan untuk melakukan pengukuran sikap konsumen pada atribut jasa UPT Komputer Universitas Jember. Konsumen memiliki sikap yang berbeda-beda terhadap atribut jasa UPT Komputer, dengan menggunakan *Fishbein's Attitude Model* dapat diukur sikap konsumen secara keseluruhan terhadap jasa UPT Komputer Universitas Jember.

Adapun rumusan yang digunakan adalah sebagai berikut (Engel, Blackwell, Miniard, 1994:348) :

$$A_0 = \sum_{i=1}^n b_i \times e_i$$

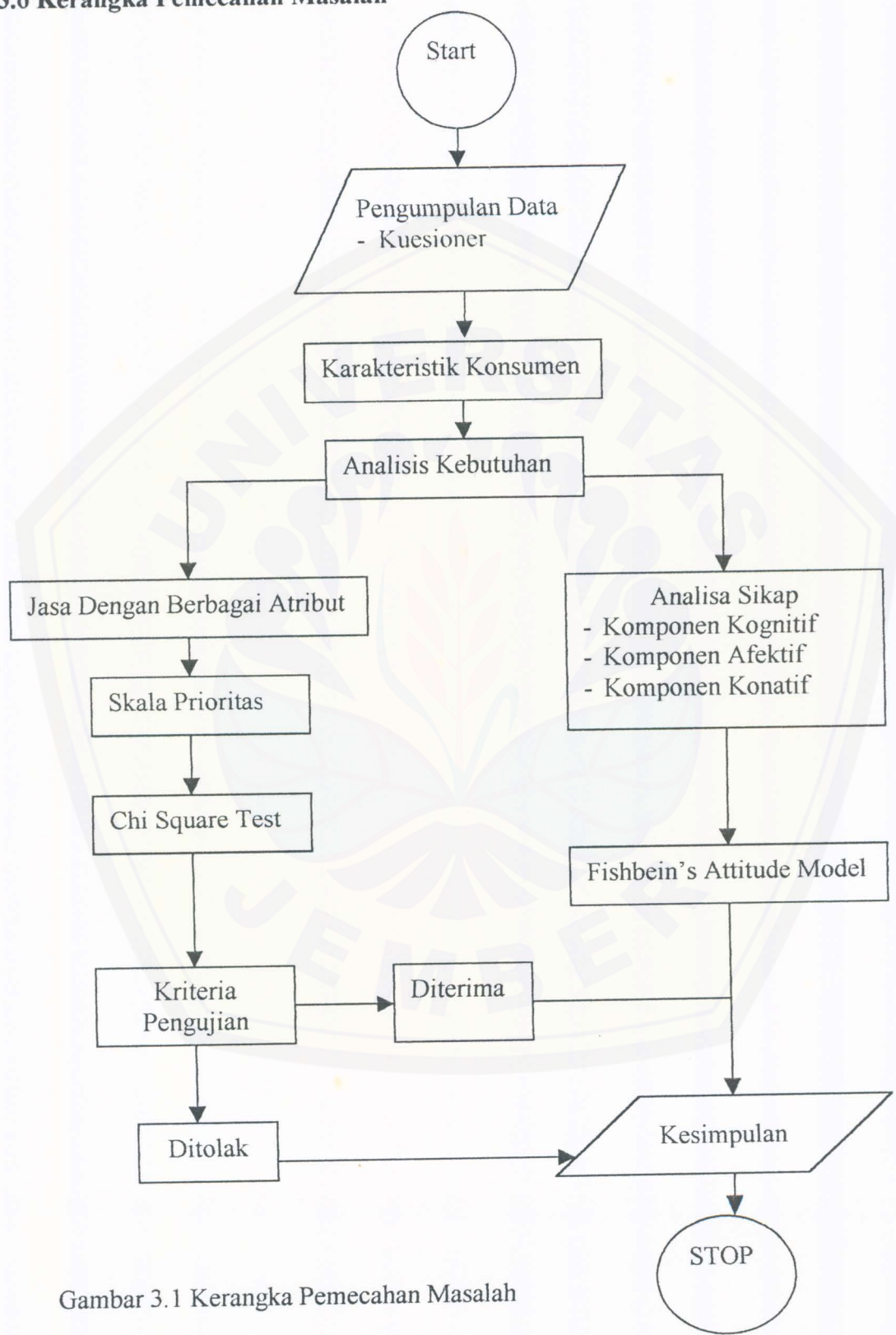
Keterangan :

- $A_0$  : nilai skor (sikap) keseluruhan konsumen pada suatu obyek ;
- $b_i$  : kekuatan keyakinan konsumen pada obyek dengan atribut  $i$ ;
- $e_i$  : penilaian atau intensitas perasaan (evaluasi) terhadap atribut  $i$ ;
- $n$  : jumlah dari atribut yang menonjol





### 3.6 Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Keterangan :

1. Pemecahan masalah dimulai dengan pengambilan data yang dilakukan dengan kuesioner langsung dari responden sehingga akan diketahui karakteristik demografi dan kepribadian responden.
2. Kemudian dilakukan analisis kebutuhan yang kemudian akan diperoleh skala prioritas yang diutamakan oleh responden.
3. Melakukan uji independen antara faktor karakteristik responden dengan faktor atribut yang dipilih oleh responden dengan menggunakan Chi Square Test yang akan menghasilkan hipotesa apakah kedua faktor tersebut berhubungan atau tidak.
4. Kesimpulan yang didapat adalah jika diterima maka atribut yang diinginkan konsumen dapat dipenuhi sedangkan jika ditolak maka atribut yang diinginkan konsumen kurang dapat dipenuhi oleh pihak perusahaan.
5. Dari analisis kebutuhan yang dilakukan, kemudian dilakukan analisis sikap konsumen yaitu dengan menggunakan tiga komponen yaitu kognitif, afektif dan konatif.
6. Selanjutnya dilakukan penentuan sikap keseluruhan responden terhadap jasa UPT Komputer Universitas Jember dengan menggunakan *Fishbein's Attitude Model*.
7. Kesimpulan yang didapatkan adalah apakah konsumen merasa puas atau tidak puas terhadap atribut jasa yang ditawarkan UPT Komputer UNEJ.





## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Gambaran Umum Universitas Jember

#### 4.1.1. Sejarah Singkat Universitas Jember

Universitas Jember dahulu berasal dari Universitas Swasta yang bernama Universitas Tawang Alun, didirikan pada tanggal 4 Nopember 1957 yang dirintis oleh dr. R. Rachmad dan Th. Sungedi. Universitas Tawang Alun dikelola oleh suatu yayasan bernama Tawang Alun yang didirikan pada tanggal 5 Oktober 1957 diketuai oleh R. Soejarwo, Bupati KDH Tk. II Jember dengan para pimpinan daerah yang tergabung dalam Panca Tunggal. Pada mulanya Universitas Tawang Alun hanya memiliki satu Fakultas Hukum, kemudian pada tahun 1960 didirikan fakultas baru yaitu Fakultas Administrasi Negara dan Perusahaan (ANP) yang selanjutnya pada tahun 1961 menjadi Fakultas Sosial dan Politik (SOSPOL) dan tambahan tiga fakultas baru yaitu Fakultas Pertanian, fakultas Ilmu Pendidikan, dan Fakultas Kedokteran. Namun Berdasarkan SK Menteri No. 95 Tahun 1962, Fakultas Pertanian dan Fakultas Kedokteran dibina oleh Universitas Airlangga di Surabaya.

Pada tahun 1963 dengan SK Menteri Perguruan Tinggi dan Ilmu Pengetahuan (PTIP) Nomor 1 Tahun 1963 tanggal 5 Januari 1963 Universitas Brawijaya Malang ditunjuk sebagai perguruan tinggi negeri yang membina 5 (lima fakultas) Fakultas yang ada di Jember yaitu :

1. Fakultas Hukum dan Pengetahuan Masyarakat
2. Fakultas Sosial Politik
3. Fakultas Pertanian
4. Fakultas Ilmu Kependidikan
5. Fakultas Kedokteran

Pada bulan Nopember 1964 dipersiapkan pendirian Universitas Negeri Jember oleh panitia Persiapan yang dibentuk dengan Keputusan Menteri Perguruan Tinggi dan Ilmu Pengetahuan Nomor 150 tahun 1964, tanggal 7 Nopember 1964. Berdasarkan SK Menteri Perguruan Tinggi dan Ilmu

Pengetahuan Nomor 151 tahun 1964 tanggal 9 Nopember 1964 maka terhitung tanggal 10 Nopember 1964 berdirilah Universitas Negeri di Jember terdiri atas :

1. Fakultas Hukum di Jember, dengan cabangnya di Banyuwangi
2. Fakultas Sosial Politik di Jember
3. Fakultas Pertanian di Jember
4. Fakultas Ekonomi di Banyuwangi
5. Fakultas Sastra di Banyuwangi

Atas kebijakan Rektor dengan Surat Keputusan Nomor : 583/UA/22/65, tanggal 31 Desember 1965, Fakultas Ekonomi dan Fakultas sastra yang berkedudukan di Banyuwangi dipindahkan ke Jember. Fakultas Ilmu Pendidikan dan Keguruan, Sastra dan Seni IKIP Malang Cabang Jember tersebut masing-masing diintegrasikan ke dalam Fakultas Ilmu Pendidikan dan Fakultas Sastra Universitas Negeri Jember. Sehingga Universitas Negeri Jember memiliki 6 Fakultas dengan jurusan-jurusan sebagai berikut .

1. Fakultas Hukum, dengan jurusan :
  - 1.1 Hukum Perdata
  - 1.2 Hukum Pidana
  - 1.3 Hukum Tata Negara
  - 1.4 Hukum Agraria
  - 1.5 Hukum Internasional
  - 1.6 Hukum Adat
  - 1.7 Hukum Pemerintahan
  - 1.8 Hukum Dagang
2. Fakultas Sosial dan Politik, dengan jurusan :
  - 2.1 Ilmu Administrasi Negara
  - 2.2 Ilmu Hubungan Internasional
  - 2.3 Ilmu administrasi Niaga
3. Fakultas Pertanian, dengan jurusan :
  - 3.1 Agronomi
4. Fakultas Ekonomi, dengan jurusan :
  - 4.1 Ekonomi Perusahaan



#### 4.2 Ekonomi Umum

#### 5. Fakultas Sastra, dengan jurusan :

##### 5.1 Sastra Inggris

##### 5.2 Sastra Indonesia

#### 6. Fakultas Ilmu Pendidikan, dengan jurusan :

##### 6.1 Pendidikan Sosial

##### 6.2 Bimbingan dan Penyuluhan

##### 6.3 Sejarah dan Teori Pendidikan

Karena demikian cepatnya perkembangan Universitas Jember dengan mengalami perubahan-perubahan dan penambahan fakultas baru atau program-program studi baru, maka pada saat ini berdasarkan Surat keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 0175/0/1995 tanggal 18 Juli 1995 yang telah diubah dengan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan kebudayaan RI No. 275/0/1999 tanggal 14 Oktober 1999, serta Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan serta Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi lainnya, maka Struktur Organisasi dan Tata Kerja Universitas Jember pada saat ini sebagai berikut (lampiran 12) :

1. Rektor dan Pembantu Rektor
2. Senat Universitas
3. Fakultas :
  - 3.1 Fakultas Hukum
  - 3.2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
  - 3.3 Fakultas Pertanian
  - 3.4 Fakultas Ekonomi
  - 3.5 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
  - 3.6 Fakultas Sastra
  - 3.7 Fakultas Teknologi Pertanian
  - 3.8 Fakultas Kedokteran Gigi
  - 3.9 Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
4. Dosen
5. Lembaga Penelitian

6. Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat
7. Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan
8. Biro Administrasi Umum dan Keuangan
9. Biro Administrasi Perencanaan dan Sistem Informasi
10. Unit Pelaksana Teknis
  - 10.1 UPT Perpustakaan
  - 10.2 UPT Pusat Komputer
11. Dewan Penyantun

UPT yang dimiliki Universitas Jember, belum termasuk dalam SK, tersebut diatas adalah :

1. UPT BSPB
2. UPT P3AI
3. UPT BSMKU
4. UPT Penerbitan
5. UPT SAC
6. UPT Pelayanan Laboratorium

Di samping mengelola 9 (sembilan) fakultas tersebut di atas Universitas Jember pada saat ini juga memiliki :

1. Program Pasca Sarjana Magister, dengan Program Studi :
  - 1.1 Program Studi Manajemen .
  - 1.2 Program Studi Agronomi.
  - 1.3 Program Studi Ilmu Administrasi dengan Konsentrasi Administrasi dan Kebijakan.
2. Program S1 Program Studi Pendidikan Dokter (PSPD) yang pengelolaannya dibawah Rektor
3. Program Pendidikan Akademik strata Satu (S1) Ekstensi
  - 3.1 Program Ektensi dalam program Studi Ekonomi Pembangunan dan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember..
  - 3.2 Program Ektensi dalam Program Studi Administrasi Niaga pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Program Penyetaraan Kependidikan S-1 pada FKIP



- 4.1 Pendidikan Matematika
- 4.2 Pendidikan Fisika
- 4.3 Pendidikan Biologi
- 4.4 Pendidikan Bahasa Indonesia
- 4.5 Pendidikan Bahasa Inggris
- 4.6 Pendidikan Sejarah
- 4.7 Pendidikan Dunia Usaha/Ekonomi
- 5. Program Akta Mengajar IV pada FKIP
  - 5.1 Pendidikan Guru Kelas
- 6. Program Pendidikan Profesional Strata Nol (S0)
  - 6.1 Program Diploma II (PGSD) yaitu PGSD Wiyata Bhakti dan PGSD Penyetaraan dan Diploma III Kependidikan yaitu Pendidikan Matematika dan Pendidikan Bahasa pada FKIP.
  - 6.2 Program Diploma III Ekonomi (Administrasi Perusahaan, Kesekretariatan dan Administrasi Keuangan serta Akuntansi).
  - 6.3 Program Diploma III Bahasa Inggris.
  - 6.4 Program Diploma III Perpajakan.
  - 6.5 Program Diploma III Pariwisata.
  - 6.6 Program Diploma III Teknik.

#### **4.1.2 Komposisi Mahasiswa Universitas Jember Tahun Ajaran 2001 – 2002.**

Dengan semakin berkembangnya Universitas Jember dan bertambahnya program studi serta fakultas, sehingga semakin bertambah pula jumlah mahasiswa yang hendak menimba ilmu di Universitas Jember. Adapun Jumlah Mahasiswa yang terdaftar di Universitas Jember tahun Akademik 2001 – 2002 adalah seperti yang terdapat pada tabel di bawah ini. Sample diambil mulai tahun 1999 – 2002 untuk mengetahui perbandingan kenaikan rata-rata mahasiswa yang terdaftar di Universitas Jember.

Tabel 4.1 Jumlah Mahasiswa Terdaftar Universitas Jember Tahun Akademik 1999 – 2002

No.	Fakultas/Program		99/00	00/01	01/02
1.	F. Hukum	S-1	1.239	1.250	1.317
2.	FISIP	S-1	1.305	1.341	1.357
	Magister Ilmu Adm. Publik	S-2	-	-	-
	Ekstensi FISIP	S-1	59	135	231
	D III FISIP	S-0	583	651	671
3.	F. Pertanian	S-1	1.081	1.195	1.196
	Magister Ekonomi	S-2	-	21	52
4.	F. Ekonomi	S-1	1.845	1.907	1.475
	Magister Manajemen	S-2	72	257	272
	Ekstensi Ekonomi	S-1	324	456	543
	D III Ekonomi	S-0	1.322	1.392	1.546
5.	FKIP	S-1	1.695	1.637	1.601
	Penyetaraan S-1 (PGSM)	S-1	86	47	17
	Akta IV Mengajar	S-1	53	49	-
	Penyetaraan D III	S-1	0	0	-
	PGSD/Wiyata Bhakti	S-0	222	404	1.059
	Penyetaraan PGSD	S-0	272	27	-
6.	F. Sastra	S-1	808	796	789
	D III Sastra	S-0	290	314	343
7.	F. Teknologi Pertanian	S-1	569	638	718
8.	F K G	S-1	612	700	764
9.	F. MIPA	S-1	333	430	584
10.	PSPD	S-1	-	68	179
11.	D III Teknik	S-0	143	259	377
	Jumlah S-2		-	72	278
	Jumlah S-1		10.009	10.649	10.771
	Jumlah S-0		2.832	3.047	3.619

Sumber : Universitas Jember Dalam Angka, Tahun 2001



## 4.2 Gambaran Umum UPT Komputer Universitas Jember

### 4.2.1 Sejarah Singkat UPT Komputer Universitas Jember

Universitas Jember merupakan salah satu perguruan tinggi negeri yang mengembangkan wawasan ilmu dan teknologi dengan pengembangan daya dan karya manusia, guna menghasilkan tenaga bercirikan ilmuwan yang mahir dan trampil, mampu berdiri sendiri dan peka terhadap perubahan ilmu dan teknologi bagi pembangunan Indonesia. Untuk mengantisipasi perkembangan teknologi khususnya komputer pada tahun 1983 Universitas Jember membentuk Pusat Komputer dan pada tahun 1984 mendapatkan satu perangkat mini komputer (Mini G. Honeywell Bull), selanjutnya pada tahun 1986 mendirikan gedung Pusat Komputer. Pendirian Pusat Komputer dimaksudkan guna mengelola dan merawat fasilitas penunjang kegiatan pembinaan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Pengembangan komputer sebagai sarana pendidikan dikembangkan melalui Project Due dimulai tahun 1997 dengan menambahkan fasilitas, sehingga lulusan Universitas Jember memiliki kemampuan tambahan (sarjana plus) dalam menghadapi kompetisi era global, yang diharapkan dapat memperpendek masa tunggu dalam penantian pekerjaan.

### 4.2.2 Misi dan Visi UPT Komputer Universitas Jember

Berdasarkan Surat keputusan rektor No. 843/PT32.H.SK.o/C2'96 tertanggal 2 Februari 1996 tentang UPT Komputer dinyatakan sebagai unit pelaksana teknis yang bertugas memberikan layanan terhadap pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, sistem informasi manajemen dalam administrasi, dan melaksanakan pemeliharaan dan perawatan perangkat komputer.

Untuk mewujudkan hal tersebut maka Misi dan Visi UPT Komputer Universitas Jember adalah mendayagunakan teknologi komputer guna melakukan dukungan terhadap kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan **prioritas** (i) Bidang Pendidikan dan Pengajaran pada peningkatan mutu pendidikan, penataan sistem pendidikan tinggi, kurikulum dan peningkatan kualitas kependidikan lanjutan bagi staf pengajar, (ii) Bidang Penelitian pada peningkatan jumlah peneliti, mutu ilmu dan teknologi dalam penelitian dan

pelayanan sistem informasi hasil penelitian, sehingga dalam *link and match* dalam masyarakat (iii) Bidang Pengabdian pada Masyarakat pada pengamalan ilmu dan teknologi, sehingga masyarakat dapat mengetahui dan mengadopsi perkembangan ilmu dan teknologi.

#### 4.2.3 Ruang Lingkup Kegiatan

Unit Pelaksana Teknis Komputer Universitas Jember mempunyai tiga tugas utama yaitu, memberikan pelayanan bagi pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, membantu penyelenggaraan sistem informasi manajemen dalam administrasi dan melaksanakan pemeliharaan dan perawatan perangkat komputer di lingkungan Universitas Jember.

Pada Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu bidang pendidikan dan pengajaran, penelitian serta pengabdian kepada masyarakat ruang lingkupnya yaitu.:

##### **Bidang Pendidikan dan Pengajaran meliputi :**

- a. Menyediakan prasarana dan sarana bagi kegiatan akademik reguler, guna menguasai materi program aplikasi, teknik pemograman dan teknologi informasi. Kegiatan akademik reguler telah melayani Fakultas Pertanian, Fakultas Tehnologi Pertanian, Fakultas ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, D3 tehnik dan D3 Perpajakan. Prasarana ini dipergunakan untuk Mata Kuliah Dasar Pengetahuan Komputer, Aplikasi Komputer, Menggambar Teknik, Akuntansi Perpajakan, Sistem Informasi dan sebagainya. Mahasiswa dapat menggunakan prasarana ini rata-rata sebesar 284 mahasiswa/semester untuk semester genap dan 267 mahasiswa /semester untuk semester ganjil.
- b. Menyediakan prasarana dan sarana bagi mahasiswa guna peningkatan mutu pendidikan, pengembangan minat dan nalar dalam penyelesaian studi.
- c. Melaksanakan kegiatan ko-kurikuler bagi pengembangan daya kreativitas mahasiswa dalam penguasaan teknologi informasi.
- d. Mengembangkan dan menyediakan software yang diperlukan dalam pendidikan
- e. Membantu pengembangan/pembuatan program Modul Pendidikan yang dilakukan oleh staf pengajar sesuai dengan Program Studi Staf Pengajar.



- f. Melaksanakan pelatihan bagi staf pengajar dalam aplikasi program dan dasar pemrograman sebagai dasar penguasaan teknologi.
- g. Melaksanakan kegiatan ko-kurikuler bagi pengembangan daya kreativitas mahasiswa dalam penguasaan teknologi informatika. Kegiatan non reguler yang merupakan salah satu kegiatan ko-kurikuler menyediakan aplikasi program dan pemrograman komputer. Program aplikasi komputer yang tersedia adalah Microsoft Word dan Microsoft Excell, sedangkan pemrograman tersedia paket program dengan bahasa Turbo Pascal, Clipper dan Visual Basic. Kegiatan non-reguler ini diselenggarakan dalam periode 4 bulan sekali dengan jumlah peminat rata-rata 19,75 kelas untuk Microsoft Word, 11 kelas untuk Microsoft Excell. Kelas pemrograman baru dibuka pada tahun 2001 dengan memperoleh dua kelas. Kegiatan ini diikuti oleh rata-rata 514 mahasiswa/tahun.

**Bidang Penelitian meliputi :**

- a. Menyediakan perangkat keras dan lunak komputer yang diperlukan oleh civitas akademika dalam penelitian.
- b. Memberikan wadah bagi pengembangan atau pembuatan program bagi staf pengajar sesuai dengan program studi masing-masing, guna meningkatkan kemampuan staf pengajar sebagai tenaga peneliti.
- c. Memberikan sarana penelusuran informasi global dalam kegiatan penelitian.

**Bidang Pengabdian pada Masyarakat meliputi :**

- a. Melaksanakan penerapan program aplikasi pada masyarakat/instansi.
- b. Menyediakan perangkat keras dan lunak komputer dalam pengabdian pada masyarakat yang dilaksanakan oleh civitas akademika.
- c. Memberikan layanan informasi global bagi pengembangan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat.

Pada saat ini UPT Komputer juga telah menerapkan Sistem Informasi Manajemen (SIM) yang maksudnya adalah pendayagunaan komputer guna meningkatkan produktivitas individu dan organisasi, sehingga diperoleh keputusan dan komunikasi yang lebih baik. SIM Universitas Jember merupakan sistem infoemasi yang berada di bawah SIM Nasional – Direktorat Jendral

Perguruan Tinggi – Departemen Pendidikan Nasional. Adapun kegiatan UPT Komputer menerapkan SIM adalah :

- (1) Melakukan penyempurnaan dan sosialisasi sub sistem SIM Nasional.
- (2) Mempersiapkan tenaga-tenaga guna pengelolaan dan pelaksanaan sub sistem SIM.
- (3) Melakukan aspirasi secara elektronik.

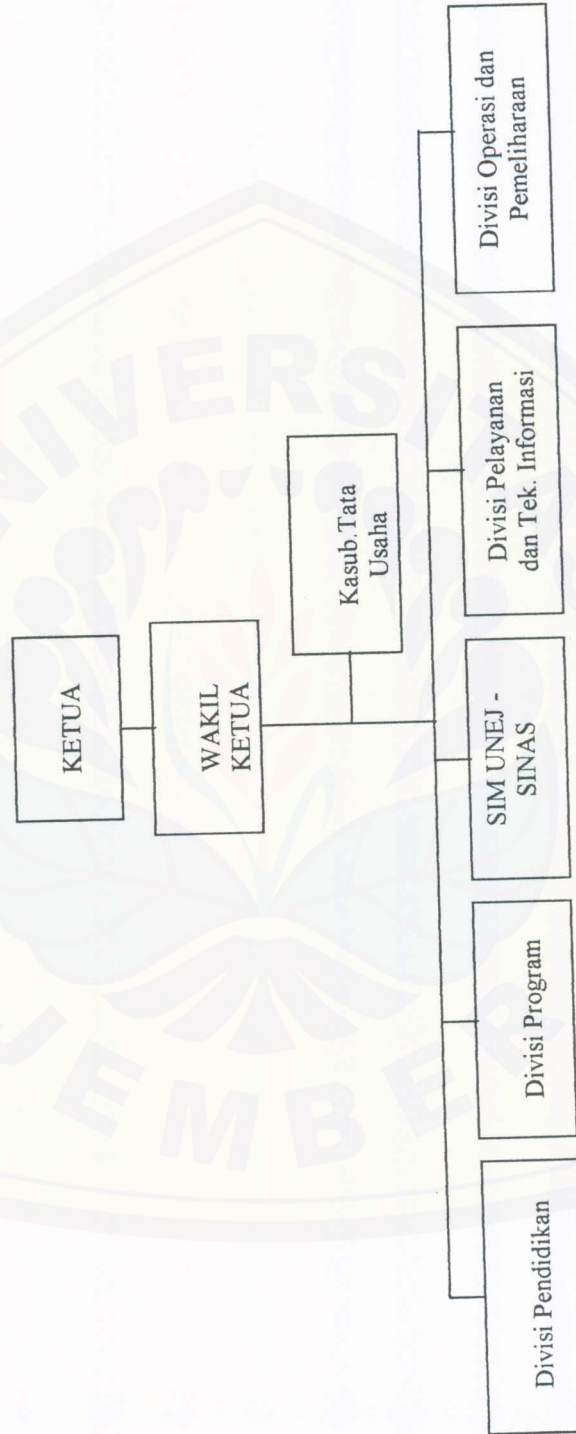
#### **4.2.4 Organisasi UPT Komputer**

##### **a. Struktur Organisasi UPT Komputer**

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 0102/0/1993 tertanggal 13 Maret 1993 tentang Struktur Organisasi Universitas Jember bertanggung jawab kepada pimpinan perguruan tinggi. Selanjutnya struktur organisasi dijabarkan dalam Surat Keputusan Rektor No. 843/PT32.H.SK.0/C2'96 tanggal 2 Februari 1996 dengan penyempurnaan Surat Keputusan Rektor No. 5565?J25/TU/2000 tanggal 11 September 2000 tentang UPT Komputer Universitas Jember. Berikut ini adalah gambar struktur organisasi UPT Komputer Universitas Jember :



**STRUKTUR ORGANISASI  
UPT KOMPUTER – UNIVERSITAS JEMBER**



Gambar 4.1 Struktur Organisasi UPT Komputer Universitas Jember  
Sumber: Profil UPT Komputer Universitas Jember Tahun 2001

Dari struktur organisasi tersebut, tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian dapat dijelaskan sebagai berikut .

1) Kepala UPT Komputer

Tugas dan tanggung jawab Kepala UPT Komputer adalah sebagai berikut :

- a. Bertanggung jawab atas pelaksanaan tugas UPT Komputer dalam memberikan layanan pelaksanaan Tri-Dharma Perguruan Tinggi.
- b. Bertanggung jawab atas pelaksanaan tugas UPT Komputer dalam membantu penyelenggaraan sistem informasi manajemen dalam administrasi di lingkungan Universitas Jember.
- c. Melaksanakan perawatan dan pemeliharaan terhadap unjuk kerja (performance) perangkat komputer di lingkungan Universitas Jember.
- d. Bertanggung jawab atas pelaksanaan tata usaha di unit kerja (UPT Komputer)

2) Wakil Kepala UPT Komputer

Wakil Ketua UPT Komputer bertanggung jawab kepada Ketua UPT Komputer dengan tugas dan tanggung jawab :

- a. Membantu Ketua dalam pelaksanaan tugas UPT Komputer dalam memberikan layanan pelaksanaan Tri-Dharma Perguruan Tinggi.
- b. Membantu Ketua dalam pelaksanaan tugas UPT Komputer dalam sistem informasi manajemen administrasi di lingkungan Universitas Jember.
- c. Membantu Ketua dalam pelaksanaan perawatan dan pemeliharaan terhadap unjuk kerja (performance) perangkat komputer di lingkungan Universitas Jember.
- d. Membantu Ketua dalam pelaksanaan tata usaha di unit kerja.

3) Kepala Sub Bagian Tata Usaha UPT Komputer

Kepala Sub Bagian Tata Usaha bertanggung jawab kepada pimpinan UPT Komputer dengan tugas melaksanakan administrasi kepegawaian, keuangan dan umum di unit kerja.



#### 4) Bidang-bidang Pengembangan

Bidang-bidang pengembangan dikoordinasi oleh koordinator dengan dibantu oleh tenaga ahli dari unit kerja lain. Koordinator bidang bertanggung jawab kepada pimpinan UPT Komputer.

Adapun tugas Koordinator Bidang adalah sebagai berikut :

##### a. Koordinator Bidang Pendidikan

- (1) Mengkoordinasi penyediaan prasarana dan sarana dalam pelaksanaan kegiatan akademik reguler dan irreguler, dan pelatihan.
- (2) Mengkoordinasi dalam penyusunan kurikulum kegiatan irreguler dan pelatihan.
- (3) Memberikan saran bagi pengembangan kegiatan pendidikan reguler.

##### b. Koordinator Bidang Program

Tugas :

- (1) Mengkoordinasi pembuatan/modifikasi program, baik program peningkatan mutu pendidikan maupun pendukung sistem informasi manajemen.
- (2) Memberikan petunjuk dan sarana bagi peningkatan modul program yang dibuat oleh civitas akademika.
- (3) Memantau, memperbaiki dan menginstall atas unjuk kerja program yang telah dijalankan.
- (4) Merancang sistem operasi jaringan kerja (networking) pelaksanaan program.
- (5) Melaksanakan pelatihan bagi penerapan program.

##### c. Koordinator SIM Universitas Jember – SINAS

Tugas :

- (1) Melaksanakan implementasi SIM Universitas Jember – SINAS
- (2) Melaksanakan pemantauan dan evaluasi SIM Universitas Jember – SINAS
- (3) Merancang perencanaan SIM Universitas Jember – SINAS
- (4) Melaksanakan pelatihan bagi pelaksana SIM Universitas Jember – SINAS.

d. Koordinator Bidang Pelayanan dan teknologi Informasi

Tugas :

- (1) Melaksanakan pelayanan dan teknologi informasi bagi civitas akademika.
- (2) Merancang dan mengkoordinasi penyediaan perangkat lunak dan perangkat keras bagi peningkatan mutu pendidikan.

e. Koordinator bidang operasi dan pemeliharaan

Tugas :

- (1) Melaksanakan operasi dan pemeliharaan perangkat komputer
- (2) Melakukan inventarisasi perangkat komputer.

**b. Sumber Daya Manusia**

Sumber daya manusia dalam pengelolaan UPT Komputer merupakan perpaduan dari tenaga edukatif dengan tenaga administratif. Tenaga ahli edukatif atau akademis berasal dari fakultas yang diperbantukan guna pengembangan UPT Komputer, sedangkan tenaga administrasi yang ditempatkan di UPT Komputer. Berdasarkan struktur organisasi UPT Kompuetr Universitas Jember maka terdapat 19 orang yang termasuk dalam struktur organisasi tersebut, terdiri dari :

2. Ketua (1 orang)
3. Wakil Ketua (1 orang)
4. Kasub. Tata Usaha (1 orang)
5. Divisi Pendidikan (2 orang)
6. Divisi Program (4 orang)
7. SIM UNEJ – SINAS (4 orang)
8. Divisi Pelayanan dan Tehnologi Informasi (2 orang)
9. Divisi Operasi dan Pemeliharaan (4 orang)

**c. Sarana dan Prasarana**

UPT Komputer Universitas Jember mempunyai tiga gedung untuk menjalankan aktivitasnya. Dua gedung menempati zone lokasi UPT Komputer dan satu gedung dipergunakan bersama antara Unit Dharma Wanita dan aktivitas



internet. Gedung A seluas 400 m<sup>2</sup> terdiri dari dua lantai, gedung B seluas 200 m<sup>2</sup> dan gedung C (gedung dahrma wanita) seluas \_\_\_ m<sup>2</sup>. Adapun pembagian ruang untuk pelayanan dari gedung tersebut adalah sebagai berikut .

- (1) Tiga ruang kuliah dengan kapasitas 20, 20 dan 40 orang
- (2) Satu aktivitas self acces berkapasitas 25 orang
- (3) Taman baca berkapasitas 15 orang
- (4) Dua ruang acces internet berkapasitas 20 dan 10 orang
- (5) Dua ruang serve utama
- (6) Satu ruang VSAT

Perangkat komputer di dukung oleh Proyek Due dan Proyek ADB. Proyek Due mendukung dalam fasilitas pendidikan bagi peningkatan mutu pendidikan dan proyek ADB mendukung dalam pelayanan informasi global.

Adapun untuk software computer dibedakan menjadi beberapa kelompok software dasar, yaitu software operating system, software utility, software aplikasi dan software bahasa program.

UPT Komputer Universitas Jember telah membuat beberapa program, antara lain adalah sebagai berikut .

- |  |                    |
|--|--------------------|
| (1) Program Administrasi Akademik (PAA)                  |                    |
| a. PAA (versi 1.0) (DOS)                                 | Tahap Implementasi |
| b. PAA (versi 2.0) (Windows)                             | Tahap Sosialisasi  |
| (2) Program Gaji Pegawai (PAG)                           | Tahap Implementasi |
| (3) Program Regristrasi Mahasiswa                        | Tahap Implementasi |
| (4) Sistem Informasi UMPTN                               | Tahap Implementasi |
| (5) Sistem Informasi Ujian Masuk bagi<br>Program Diploma | Tahap Implementasi |
| (6) Program Administrasi Pegawai                         | Tahap Uji Coba     |
| (7) Program Administrasi Kemahasiswaan                   | Tahap Uji Coba     |

### 4.3 Analisis Data

Komputer merupakan salah satu sarana penunjang dalam pendidikan Perguruan Tinggi. Konsumen pengguna komputer dalam pendidikan irreguler di UPT Komputer Universitas Jember adalah mahasiswa Universitas Jember. Jumlah responden yang diambil sebagai sampel dalam penelitian adalah 57 orang. Dari 57 kuesioner yang disebarakan ternyata kembali 57 kuesioner dan memenuhi syarat untuk diolah datanya. Setelah hampir 1 bulan dilakukan poses pencarian data melalui kuesioner maka dilakukan rekapitulasi dan pengolahan data sehingga data yang masuk dapat terbaca.

#### 4.3.1 Karakteristik Demografi dan Kepribadian Responden

Responden penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Jember yang menggunakan jasa komputer UPT Komputer Universitas Jember khususnya pendidikan irreguler. Untuk memahami karakteristik demografi dan kepribadian responden diajukan 4 pertanyaan dalam kuesioner. Informasi mengenai karakteristik dan kepribadian konsumen ini akan memudahkan pengelola untuk menentukan dan menetapkan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan karakteristik responden sehingga tercapai tujuan yang maksimal.

##### a. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis kelamin disini dibagi dua yaitu pria dan wanita yang dapat disajikan di tabel 4.2.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase
1.	Pria	18	31,58%
2.	Wanita	39	68,42%
	Jumlah	57	100%

Sumber : Lampiran 3

Dari tabel diatas ternyata konsumen UPT Komputer UNEJ sebagian besar adalah wanita sebanyak 68,42% dan hanya 31,58% saja pria.



### b. Karakteristik Responden Menurut Fakultas Responden

Responden pada penelitian ini mengikutsertakan fakultas yang ada di Universitas Jember. Namun fakultas disini tidak ditentukan terlebih dahulu. Fakultas yang masuk sebagai responden tergantung dari hasil kuesioner yang dikembalikan oleh responden. Kuesioner yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Fakultas Responden

No	Fakultas	Frekuensi	Prosentase
1.	Ekonomi	12	21%
2.	Hukum	10	17,5%
3.	Sastra	7	12%
4.	FISIP	6	10,5%
5.	FKIP	3	5%
6.	Pertanian	9	16%
7.	Tehnologi Pertanian	5	9%
8.	FKG	1	2%
9.	MIPA	4	7%
10.	PSPD	-	-
11.	DIII Tehnik	-	-
Jumlah		57	100%

Sumber : Lampiran 3

Dari data yang pada tabel diatas dapat dilihat bahwa Fakultas Ekonomi menempati posisi tertinggi pada pendidikan irreguler di UPT komputer Universitas Jember yaitu sebesar 21%, kemudian disusul Fakultas Hukum 17,5% , Fakultas Sastra 12%, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik sebanyak 10,5%, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan sebesar 5%, Fakultas Pertanian sebesar 16%, Fakultas Tehnologi Pertanian sebesar 9%, Fakultas Kedokteran Gigi sebesar 2%, MIPA sebesar 7%, sedangkan PSPD dan DIII Tehnik tidak menunjukkan kalau ada mahasiswa yang mengikuti pendidikan irreguler di UPT Komputer UNEJ.

### c. Karakteristik Responden Menurut Tahun Angkatan Masuk Universitas Jember

Setiap tahun Universitas Jember menerima mahasiswa baru baik melalui PMDK, ujian lokal maupun UMPTN sesuai dengan daya tampung tiap fakultas. Walaupun masuk pada tahun yang sama namun kelulusan mahasiswa itu tidak

bersamaan. Pada waktu diadakan penelitian ini masih banyak angkatan 1996, sehingga katagori ada 1997 kebawah. Gambaran selengkapnya mengenai responden berdasar tahun angkatan masuk Universitas Jember adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Menurut Tahun Masuk Universitas Jember

No.	Tahun Angkatan	Frekuensi	Prosentase
1.	Tahun 1997 kebawah	14	24,50 %
2.	Tahun 1998	13	22,81 %
3.	Tahun 1999	10	17,54 %
4.	Tahun 2000	19	33,33 %
5.	Tahun 2001	1	1,76 %
Jumlah		57	100 %

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa konsumen pengguna jasa terbesar UPT Komputer Universitas Jember dalam pendidikan irreguler adalah mahasiswa angkatan 2000 yaitu sebesar 33,33 %. Sedangkan untuk angkatan 2001 adalah konsumen pengguna jasa UPT Komputer Universitas Jember terkecil yaitu sebesar 1,76 %.

#### d.Karakteristik Responden Menurut Uang Saku Perbulan

Untuk mengikuti suatu kursus atau pendidikan irreguler di UPT Komputer Universitas Jember ini tentunya memerlukan biaya. Dan masing-masing konsumen yang notabene adalah mahasiswa tentunya memiliki uang saku perbulan yang berbeda besarnya. Semua itu tergantung pada keadaan ekonomi dari masing-masing mahasiswa. Dan karakteristik berdasarkan uang saku perbulan ini akan dijabarkan pada tabel 4.5 di bawah ini.

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Menurut Uang Saku Perbulan

No.	Uang Saku Perbulan	Jumlah	Prosentase
1.	Kurang dari Rp 150.000,-	8	14,03 %
2.	Rp 151.000,- s/d Rp 200.000,-	18	31,57 %
3.	Rp 201.000,- s/d Rp 250.000,-	9	15,79 %
4.	Rp 251.000,- s/d Rp 300.000,-	16	28,07 %
5.	Lebih dari Rp 301.000,-	6	10,54 %
Jumlah		57	100 %

Sumber : Lampiran 3



Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen UPT Komputer UNEJ rata-rata punya unag saku perbulan terbesar 31,57 % untuk RP 151.000,- s/d Rp 200.000,-. Sedangkan uang saku lebih dari Rp 301.000,- hanya 10,54 %. Deari situ dapat dilihat bahwa mahasiswa sebagai konsumen UPT Komputer UNEJ rata-rata berasal dari ekonomi menengah.

#### **4.3.2 Analisis Kebutuhan Konsumen Atas atribut Jasa UPT Komputer Universitas Jember**

Kebutuhan konsumen terdiri dari arah (*direction*) dan intensitas (*intensity*). *Direction* menunjukkan apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh konsumen. Sedang *intensity* menunjukkan bobot pentingnya tiap-tiap needs tersebut bagi konsumen.

Penelitian tentang sikap konsumen terhadap atribut jasa yang ditawarkan oleh UPT Komputer UNEJ ini menggunakan 8 atribut. Berdasarkan atribut jasa yang ditawarkan oleh UPT Komputer UNEJ maka skala prioritas kebutuhan konsumen UPT Komputer UNEJ terhadap atribut jasa yang ditawarkan oleh UPT Komputer UNEJ disajikan dalam tabel 4.6 di bawah ini :

Tabel 4.6 Skala Prioritas Kebutuhan Konsumen Atas Atribut Jasa UPT Komputer Universitas Jember

No.	Atribut	Skor								Total	Prioritas			
		1	2	3	4	5	6	7	8					
1.	Tempat strategis dan mudah dijangkau	72	49	7	9	54	3	5	20	21	6	11	254	5
2.	Jenis Komputer untuk kualitas mutakhir	40	14	2	6	36	4	5	20	21	7	12	191	8
3.	Biaya kursus yang ringan	208	70	10	3	18	2	6	24	9	3	5	351	1
4.	Penyampaian materi yang jelas dan terarah	32	56	8	8	48	9	8	32	30	10	4	257	4
5.	Isi materi yang mudah dipahami	24	77	11	8	48	10	13	52	18	6	4	279	3
6.	Suasana belajar yang tenang dan mendukung	32	63	9	19	114	8	4	16	18	6	4	293	2
7.	Buku pendukung yang cukup lengkap	16	28	4	2	12	10	10	40	27	9	7	206	7
8.	Jadwal studi yang fleksibel	32	42	6	2	12	11	6	24	27	9	9	221	6
	Jumlah	456	399	57	57	342	285	228	57	171	57	57	2052	

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner 2001



Dengan adanya kebutuhan yang berbeda-beda atas atribut jasa UPT Komputer UNEJ maka skala prioritas konsumenpun beragam. Hal itu dapat dilihat pada tabel 4.6.

Skala prioritas kebutuhan konsumen pengguna jasa UPT Komputer Universitas Jember adalah sebagai berikut .

a. Prioritas pertama adalah biaya kursus yang ringan

Biaya kursus yang ditetapkan oleh UPT Komputer memang lebih ringan dibanding dengan biaya kursus yang ditetapkan oleh tempat kursus komputer lain. Biaya kursus yang ringan itu ternyata menjadi pertimbangan dalam memilih UPT Komputer UNEJ sebagai tempat kursus.

b. Prioritas kedua adalah suasana belajar yang tenang dan mendukung

Suasana belajar yang nyaman ternyata mempengaruhi konsumen pengguna jasa UPT Komputer UNEJ. Konsumen cenderung menyukai suasana belajar yang tenang karena hal itu akan mendukung mereka dalam pada saat mengikuti kursus.

c. Prioritas ketiga adalah isi materi yang mudah dipahami

Isi materi yang mudah dipahami ternyata menjadi prioritas ketiga. Pemahaman materi penting untuk menunjang kelancaran para pengguna jasa UPT Komputer UNEJ. Materi yang mudah dipahami akan lebih berkualitas apabila didukung oleh penyampaian materi yang mudah dipahami.

d. Prioritas keempat adalah penyampaian materi yang jelas dan terarah

Penyampaian materi yang jelas dan terarah ini merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih UPT Komputer Universitas Jember sebagai tempat kursus. Penyampaian materi adalah secara interaktif antara teori dan praktek dalam kelas, tiap siswa mendapat 1 komputer sehingga akan sangat menunjang pada saat praktek.

e. Tempat Strategis dan mudah dijangkau

Lokasi UPT Komputer UNEJ yang berada di tengah-tengah Universitas Jember dijadikan bahan pertimbangan konsumen yang mana adalah mahasiswa Universitas Jember. Dengan adanya tempat strategis ini maka responden tidak terlalu pusing dalam hal transportasi.

f. Jadwal study yang fleksibel

Jadwal study dijadikan prioritas ke enam oleh responden, jadwal study juga dijadikan bahan pertimbangan oleh pihak UPT Komputer Universitas Jember dapat disesuaikan dengan responden.

g. Buku pendukung yang cukup lengkap

Fasilitas yang diberikan oleh UPT Komputer UNEJ antara lain adalah buku pendukung dalam proses praktek di dalam kelas. Namun pihak responden juga menyadari bahwa bila buku pendukung kurang lengkap.

h. Jenis komputer untuk kualitas mutakhir

Jenis komputer ini oleh responden ditempatkan pada prioritas terakhir. Seiring dengan perkembangan teknologi maka ragam atau jenis komputer akan semakin bertambah. Namun ternyata responden lebih mementingkan ilmu yang didapat daripada jenis teknologinya. Karena teknologi yang maju tanpa ditunjang ilmu akan terasa kurang.

#### 4.3.3 Uji Pengaruh Faktor Karakteristik Demografi dan Kepribadian Konsumen Terhadap Atribut Jasa Yang Dipilih Konsumen

Peninjauan mengenai dua faktor yang menyebabkan terjadinya dua data itu dianggap saling berpengaruh atau tidak. Jadi disini akan dipelajari hubungan antara dua faktor dan kuat lemahnya hubungan antara dua faktor itu.

Untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh faktor karakteristik konsumen terhadap atribut jasa UPT Komputer Universitas Jember digunakan uji independen distribusi  $X^2$  (Chi Square). Data yang diperoleh dari dua faktor tersebut disusun dalam daftar klasifikasi dua arah atau daftar kontingensi. Dalam hal ini atribut yang akan dibahas adalah atribut yang dipilih pertama oleh konsumen.

##### 4.3.3a Uji Pengaruh Faktor Jenis Kelamin Konsumen Terhadap Atribut Jasa UPT Komputer Universitas Jember

Sebelum dilakukan uji independen maka terlebih dahulu dilakukan penghitungan jumlah masing-masing variabel dari karakteristik demografi dan



kepribadian konsumen yang memilih atribut jasa pertama dari variabel-variabel atribut. Sehingga hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.7 Data Frekuensi Pilihan Pertama Atribut Jasa UPT Komputer UNEJ Menurut Faktor Jenis Kelamin

No	Atribut	Jenis Kelamin		Total
		Pria	Wanita	
1.	Tempat strategis dan mudah dijangkau	8	1	9
2.	Jenis komputer untuk kualitas mutakhir	2	3	5
3.	Biaya kursus yang ringan	4	22	26
4.	Penyampaian materi yang jelas dan terarah	0	4	4
5.	Isi materi yang mudah dipahami	1	2	3
6.	Suasana belajar yang tenang dan mendukung	1	3	4
7.	Bukupendukung yang cukup lengkap	1	1	2
8.	Jadwal study yang fleksibel	1	3	4
Total		18	39	57

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner 2001

Langkah selanjutnya adalah menentukan hipotesis pengujian untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh faktor karakteristik konsumen terhadap atribut yang dipilih pertama oleh konsumen dalam menggunakan jasa UPT Komputer UNEJ.

Adapun hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

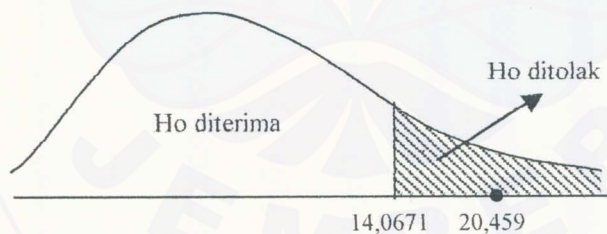
Ho : tidak ada pengaruh jenis kelamin terhadap atribut jasa UPT Komputer UNEJ yang dipilih responden

Hi : ada pengaruh jenis kelamin terhadap atribut jasa UPT Komputer UNEJ yang dipilih responden

Untuk mendapatkan nilai  $X^2$  maka perlu ditentukan nilai frekuensi yang diharapkan terjadi untuk tiap sel, setelah dilakukan penghitungan seperti tercantum pada lampiran 5, maka dapat dihitung nilai  $X^2$  sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 X^2 = & \frac{(8-9,38)^2}{9,38} + \frac{(2-0,11)^2}{0,11} + \frac{(4-8,21)^2}{8,21} + \frac{(0-1,26)^2}{1,26} + \frac{(1-0,95)^2}{0,95} + \\
 & \frac{(1-1,26)^2}{1,26} + \frac{(1-0,63)^2}{0,63} + \frac{(1-1,26)^2}{1,26} + \frac{(1-6,16)^2}{6,16} + \frac{(3-3,42)^2}{3,42} + \\
 & \frac{(22-17,79)^2}{17,79} + \frac{(4-2,74)^2}{2,74} + \frac{(2-2,05)^2}{2,05} + \frac{(3-2,74)^2}{2,74} + \frac{(1-1,37)^2}{1,37} + \\
 & \frac{(3-2,74)^2}{2,74} = 20,459
 \end{aligned}$$

Besarnya derajat kebebasan adalah  $(B-1)(K-1)$  dimana  $B$ =jumlah baris dan  $K$ = jumlah kolom, maka diperoleh derajat kebebasan  $(df) = (8-1)(2-1)=7$  dengan tingkat kesalahan  $(\alpha) = 5\%$ , diperoleh  $X^2_{\alpha} = 14,0671$ . Setelah diketahui nilai  $X^2$  Maka dibuat kurva yang dapat menunjukkan kebenaran pengujian hipotesis di atas, seperti tampak pada gambar :



Gambar 4.2. Kurva Chi Square Untuk Data Faktor Jenis Kelamin Responden di UPT Komputer UNEJ

Berdasarkan gambar 4.2 dapat diketahui bahwa  $20,459 > 14,0671$  ( $X^2 > X^2_{\alpha}$ ), maka  $H_0$  ditolak, artinya faktor jenis kelamin wanita mempengaruhi responden dalam melakukan pemilihan atribut jasa UPT Komputer UNEJ.



#### 4.3.3b Uji Pengaruh Faktor Fakultas Responden Terhadap Atribut Jasa UPT Komputer Universitas Jember

Fakultas yang ada di UNEJ ini berjumlah 11 Fakultas yang terdiri dari Fakultas Ekonomi, Fakultas Hukum, Fakultas Sastra, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Pertanian, Fakultas Kedokteran, Gigi, Fakultas MIPA, Program Studi Pendidikan Dokter dan DIII Teknik. Masing-masing fakultas ini mempunyai prioritas yang berbeda dalam memilih atribut jasa UPT Komputer UNEJ. Data tentang frekuensi pilihan responden tersaji dalam tabel 4.8 dibawah ini.

Tabel 4.8 Data Frekuensi Pilihan Pertama Atribut Jasa UPT Komputer Menurut Fakultas Responden

No	Atribut	Fakultas											Total
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	
1.	Tempat strategis dan mudah dijangkau	1	3	1	1	0	2	0	0	1	0	0	9
2.	Jenis komputer untuk kualitas mutakhir	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	5
3.	Biaya kursus yang ringan	7	2	3	3	0	5	3	1	2	0	0	26
4.	Penyampaian materi yang jelas dan terarah	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	4
5.	Isi materi yang mudah dipahami	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	3
6.	Suasana belajar yang tenang dan mendukung	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	4
7.	Buku pendukung yang cukup lengkap	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2
8.	Jadwal study yang fleksibel	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	4
Jumlah		12	10	7	6	3	9	5	1	4	-	-	57

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2001

Keterangan :

A: Ekonomi

B: Hukum

C: Sastra

D: FISIP

E: FKIP

F: Pertanian

G: Tehnologi Pertanian

H: FKG

I : MIPA

J : PSPD

K: DIII Teknik

Kemudian ditentukan hipotesis pengujian untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh faktor karakteristik konsumen terhadap atribut pertama yang dipilih oleh responden dalam menggunakan jasa UPT Komputer UNEJ.

Adapun hipotesis yang dimaksud adalah :

$H_0$  : tidak ada pengaruh antara fakultas responden dan atribut jasa UPT Komputer UNEJ

$H_1$  : ada pengaruh antara fakultas responden dan atribut jasa UPT Komputer UNEJ

Karena ada kolom yang total frekuensinya terlalu kecil maka dapat digabung dengan kolom disebelahnya agar memudahkan penghitungan. Tetapi penggabungan ini tidak berpengaruh terhadap ketergantungan anantara dua faktor tersebut, seperti yang terlihat pada tabel 4.9

Tabel 4.9 Data Frekuensi Pilihan Pertama Atribut Jasa UPT Komputer Menurut Fakultas Responden (Hasil Penggabungan)

No	Atribut	Fakultas		Total
		Fakultas Non Eksata	Fakultas Eksata	
1.	Tempat strategis dan mudah dijangkau	6	3	9
2.	Jenis komputer untuk kualitas mutakhir	5	0	5
3.	Biaya kursus yang ringan	15	11	26
4.	Penyampaian materi yang jelas dan terarah	3	1	4
5.	Isi materi yang mudah dipahami	2	1	3
6.	Suasana belajar yang tenang dan mendukung	3	1	4
7.	Buku pendukung yang cukup lengkap	2	0	2
8.	Jadwal study yang fleksibel	2	2	4
Jumlah		38	19	57

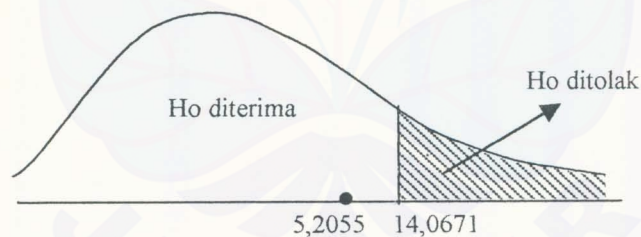
Sumber : Tabel 4.8

Untuk mendapatkan nilai  $X^2$  maka perlu ditentukan nilai frekuensi yang diharapkan terjadi untuk tiap sel, setelah dilakukan penghitungan seperti tercantum pada lampiran 6, maka dapat dihitung nilai  $X^2$  sebagai berikut .



$$\begin{aligned}
 X^2 = & \frac{(6-6)^2}{6} + \frac{(5-3,33)^2}{3,33} + \frac{(15-17,33)^2}{17,33} + \frac{(3-2,67)^2}{2,67} + \frac{(2-2)^2}{2} + \\
 & \frac{(3-2,67)^2}{2,67} + \frac{(2-1,33)^2}{1,33} + \frac{(2-2,67)^2}{2,67} + \frac{(3-3)^2}{3} + \frac{(0-1,67)^2}{1,67} + \\
 & \frac{(11-8,67)^2}{8,67} + \frac{(1-1,33)^2}{1,33} + \frac{(1-1)^2}{1} + \frac{(1-1,33)^2}{1,33} + \frac{(0-0,67)^2}{0,67} + \\
 & \frac{(2-1,33)^2}{1,33} = 5,2055
 \end{aligned}$$

Besarnya derajat kebebasan adalah  $(B-1)(K-1)$  dimana B = jumlah baris dan K adalah jumlah kolom, maka dapat diperoleh derajat kebebasan  $(df)=(8-1)(2-1)=7$  dengan tingkat kesalahan  $(\alpha)= 5\%$  , diperoleh  $X^2_{\alpha}=14,0671$ . Setelah diketahui nilai  $X^2$  maka dibuat kurva yang dapat menunjukkan kebenaran pengujian hipotesis di atas, seperti tampak pada gambar :



Gambar 4.3 Kurva Chi Square Untuk Data Fakultas Masing-masing Responden di UPT Komputer UNEJ

Berdasarkan gambar 4.3 dapat diketahui bahwa  $5,2055 < 14,0671$  ( $X^2 < X^2_{\alpha}$ ), maka  $H_0$  diterima, artinya faktor fakultas dari responden tidak mempengaruhi responden dalam melakukan pemilihan atribut jasa UPT Komputer UNEJ.

#### 4.3.3c Uji Pengaruh Faktor Tahun Angkatan atau Tahun Masuk Responden Terhadap Atribut Jasa UPT Komputer UNEJ

Tahun masuk responden dibagi menjadi 5 yaitu tahun 1997 kebawah, tahun 1998, tahun 1999, tahun 2000, dan tahun 2001. Masing-masing angkatan mempunyai pilihan yang berbeda terhadap atribut jasa UPT komputer UNEJ. Berikut ini adalah data yang disajikan mengenai tahun angkatan responden :

Tabel 4.10. Data Frekuensi Pilihan Pertama Atribut Jasa UPT Komputer Menurut Tahun Angkatan atau Tahun Masuk Responden

No	Atribut	Tahun Angkatan					Total
		< 1997	1998	1999	2000	2001	
1.	Tempat strategis dan mudah dijangkau	2	2	1	4	0	9
2.	Jenis komputer untuk kualitas mutakhir	1	1	2	1	0	5
3.	Biaya kursus yang ringan	6	5	5	10	0	26
4.	Penyampaian materi yang jelas dan terarah	1	2	0	1	0	4
5.	Isi materi yang mudah dipahami	1	1	1	0	0	3
6.	Suasana belajar yang tenang dan mendukung	2	0	1	1	0	4
7.	Buku pendukung yang cukup lengkap	1	0	0	1	0	2
8.	Jadwal study yang fleksibel	0	0	1	3	0	4
Jumlah		14	11	11	21	0	57

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2001

Kemudian ditentukan hipotesis pengujian untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh faktor karakteristik konsumen terhadap atribut pertama yang dipilih oleh responden dalam menggunakan jasa UPT Komputer UNEJ.

Adapun hipotesis yang dimaksud adalah :

Ho : tidak ada pengaruh antara fakultas responden dan atribut jasa UPT Komputer UNEJ

Hi : ada pengaruh antara fakultas responden dan atribut jasa UPT Komputer UNEJ

Karena ada kolom yang total frekuensinya terlalu kecil maka dapat digabung dengan kolom disebelahnya agar memudahkan penghitungan. Tetapi



penggabungan ini tidak berpengaruh terhadap ketergantungan antara dua faktor tersebut, seperti yang terlihat pada tabel 4.11.

Tabel 4.11 Data Frekuensi Pilihan Pertama Atribut Jasa UPT Komputer Menurut Tahun Angkatan atau Tahun Masuk (Hasil Penggabungan)

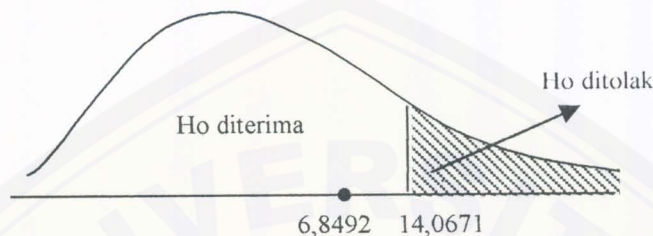
No	Atribut	Tahun Angkatan		Total
		1998 kebawah	1999 keatas	
1.	Tempat strategis dan mudah dijangkau	4	5	9
2.	Jenis komputer yang beragam	2	3	5
3.	Biaya study yang ringan	11	15	26
4.	Penyampaian materi yang jelas dan terarah	3	1	4
5.	Isi materi yang mudah dipahami	2	1	3
6.	Suasana belajar yang tenang dan mendukung	2	2	4
7.	Buku pendukung yang cukup lengkap	1	1	2
8.	Jadwal study yang fleksibel	0	4	4
Total		25	32	57

Sumber : Tabel 4.10

Untuk mendapatkan nilai  $X^2$  maka perlu ditentukan nilai frekuensi yang diharapkan terjadi untuk tiap sel, setelah dilakukan penghitungan seperti tercantum pada lampiran 7, maka dapat dihitung nilai  $X^2$  sebagai berikut .

$$\begin{aligned}
 X^2 = & \frac{(4-3,95)^2}{3,95} + \frac{(2-2,19)^2}{2,19} + \frac{(11-11,40)^2}{11,40} + \frac{(3-1,75)^2}{1,75} + \frac{(2-1,32)^2}{1,32} + \\
 & \frac{(2-1,75)^2}{1,75} + \frac{(1-0,88)^2}{0,88} + \frac{(0-1,75)^2}{1,75} + \frac{(5-5,05)^2}{5,05} + \frac{(3-2,81)^2}{2,81} + \\
 & \frac{(15-14,59)^2}{14,59} + \frac{(1-2,25)^2}{2,25} + \frac{(1-1,68)^2}{1,68} + \frac{(2-2,25)^2}{2,25} + \frac{(1-1,12)^2}{1,12} + \\
 & \frac{(4-2,25)^2}{2,25} = 6,8492
 \end{aligned}$$

Besarnya derajat kebebasan adalah  $(B-1)(K-1)$  dimana  $B$  = jumlah baris dan  $K$  adalah jumlah kolom, maka dapat diperoleh derajat kebebasan  $(df)=(8-1)(2-1)=7$  dengan tingkat kesalahan  $(\alpha)= 5\%$  , diperoleh  $X^2_{\alpha}=14,0671$ . Setelah diketahui nilai  $X^2$  maka dibuat kurva yang dapat menunjukkan kebenaran pengujian hipotesis di atas, seperti tampak pada gambar :



Gambar 4.4 Kurva Chi Square Untuk Data Tahun Angkatan atau Tahun Masuk Responden UPT Komputer UNEJ

Berdasarkan gambar 4.4 dapat diketahui bahwa  $6,8492 < 14,0671$  ( $X^2 < X^2_{\alpha}$ ), maka  $H_0$  diterima, artinya faktor tahun angkatan dari responden atau tahun masuk responden tidak mempengaruhi responden dalam melakukan pemilihan atribut jasa UPT Komputer UNEJ.

#### 4.3.3d Uji Pengaruh Faktor Uang Saku Per bulan Responden Terhadap Atribut Jasa UPT Komputer UNEJ

Responden yang memanfaatkan jasa UPT Komputer UNEJ tentunya memiliki uang saku perbulan yang beragam. Hal ini tergantung dari keadaan sosial dan ekonmi masing-masing responden. Adapun uang saku perbulan dibagi menjadi lima katagori yaitu kurang dari Rp 150.000,- , Rp 151.000 s/d Rp 200.000,-, Rp 201.000,- s/d 250.000,-, Rp 251.000,- s/d Rp 300.000,- dan lebih dari Rp 300.000,-. Untuk data selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.12 dibawah ini.



Tabel 4.12 Data Frekuensi Pilihan Pertama Atribut Jasa UPT Komputer Menurut Uang Saku Perbulan Responden

No	Atribut	Uang Saku Perbulan					Total
		Kurang dari 150.000	151.000 s/d 200.000	200.00 s/d 250.000	251.000 s/d 300.000	Lebih dari 301.000	
1.	Tempat strategis dan mudah dijangkau	1	2	1	3	2	9
2.	Jenis komputer untuk kualitas mutakhir	2	2	0	1	0	5
3.	Biaya kursus yang ringan	1	9	4	8	4	26
4.	Penyampaian materi yang jelas dan terarah	1	1	1	1	0	4
5.	Isi materi yang mudah dipahami	0	1	1	1	0	3
6.	Suasana belajar yang tenang dan mendukung	0	2	1	0	1	4
7.	Buku pendukung yang cukup lengkap	1	1	0	0	0	2
8.	Jadwal study yang fleksibel	2	1	0	1	0	4
Jumlah		8	19	8	15	7	57

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2001

Kemudian ditentukan hipotesis pengujian untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh faktor karakteristik konsumen terhadap atribut pertama yang dipilih oleh responden dalam menggunakan jasa UPT Komputer UNEJ.

Adapun hipotesis yang dimaksud adalah :

Ho : tidak ada pengaruh antara uang saku perbulan responden dan atribut jasa UPT Komputer UNEJ

Hi : ada pengaruh antara uang saku perbulan responden dan atribut jasa UPT Komputer UNEJ

Karena ada kolom yang total frekuensinya terlalu kecil maka dapat digabung dengan kolom disebelahnya agar memudahkan penghitungan. Tetapi penggabungan ini tidak berpengaruh terhadap ketergantungan antara dua faktor tersebut, seperti yang terlihat pada tabel 4.13.

Tabel 4.13 Data frekuensi Pilihan Pertama Atribut Jasa UPT Komputer Menurut Uang Saku Perbulan Responden (Hasil Penggabungan)

No	Atribut	Uang saku perbulan		Total
		≤ 151.000 s/d 200.000	≥ 201.000 s/d 250.000	
1.	Tempat strategis dan mudah dijangkau	3	6	9
2.	Jenis komputer yang beragam	4	1	5
3.	Biaya study yang ringan	10	16	26
4.	Penyampaian materi yang jelas dan terarah	2	2	4
5.	Isi materi yang mudah dipahami	1	2	3
6.	Suasana belajar yang tenang dan mendukung	2	2	4
7.	Buku pendukung yang cukup lengkap	2	0	2
8.	Jadwal study yang fleksibel	3	1	4
Jumlah		27	30	57

Sumber : Tabel 4.12

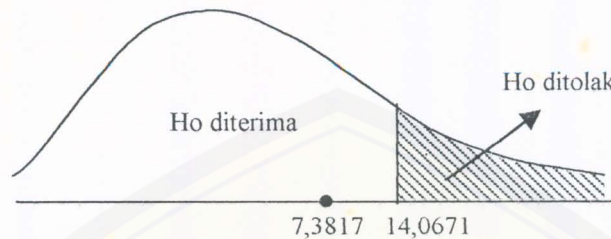
Untuk mendapatkan nilai  $X^2$  maka perlu ditentukan nilai frekuensi yang diharapkan terjadi untuk tiap sel, setelah dilakukan penghitungan seperti tercantum pada lampiran 8, maka dapat dihitung nilai  $X^2$  sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 X^2 = & \frac{(3-4,26)^2}{4,26} + \frac{(4 -2,37)^2}{2,37} + \frac{(10-12,32)^2}{12,32} + \frac{(2- 1,89)^2}{1,89} + \frac{(1-1,42)^2}{1,42} + \\
 & \frac{(2-1,89)^2}{1,89} + \frac{(2-0,95)^2}{0,95} + \frac{(3-1,89)^2}{1,89} + \frac{(6-4,74)^2}{4,74} + \frac{(1-2,63)^2}{2,63} + \\
 & \frac{(16-13,68)^2}{13,68} + \frac{(2-2,11)^2}{2,11} + \frac{(2-1,57)^2}{1,57} + \frac{(2-2,11)^2}{2,11} + \frac{(0-1,05)^2}{1,05} + \\
 & \frac{(1-2,11)^2}{2,11} = 7,3817
 \end{aligned}$$

Besarnya derajat kebebasan adalah  $(B-1)(K-1)$  dimana  $B$ =jumlah baris dan  $K$  adalah jumlah kolom, maka diperoleh derajat kebebasan  $(df)=(8-1)(2-1)=7$  dengan tingkat kesalahan  $(\alpha)= 5\%$  , diperoleh  $X^2_{\alpha}=14,0671$ . Setelah diketahui



nilai  $X^2$  maka dibuat kurva yang dapat menunjukkan kebenaran pengujian hipotesis di atas, seperti tampak pada gambar :



Gambar 4.5 Kurva Chi Square Untuk Data Uang Saku Perbulan Responden di UPT Komputer UNEJ

Berdasarkan gambar 4.5 dapat diketahui bahwa  $7,3817 < 14,0671$  ( $X^2 < X^2\alpha$ ), maka  $H_0$  diterima, artinya faktor uang saku perbulan dari responden tidak mempengaruhi responden dalam melakukan pemilihan atribut jasa UPT Komputer UNEJ.

#### 4.3.4 Analisis Sikap Konsumen Terhadap UPT Komputer Universitas Jember

Analisis sikap konsumen ini menggunakan 3 (tiga) komponen pokok yaitu komponen kognitif, komponen afektif dan komponen konatif.

##### 4.3.4a Pengukuran Komponen Kognitif

Komponen kognitif mengacu kepada kesadaran responden dan pengetahuannya terhadap obyek. Komponen ini disebut juga komponen keyakinan (*belief component*).

Pengukuran komponen kognitif ini penting bagi berbagai tipe – tipe kebutuhan informasi yang menyangkut kesadaran atau pengetahuan konsumen tentang ciri-ciri produk kampanye periklanan, penetapan harga dan lain sebagainya.

Pengukuran komponen kognitif konsumen jasa komputer dilakukan dengan mengajukan 8 (delapan) pertanyaan yang menggambarkan atribut-atribut

jasa komputer dan kemudian responden diminta untuk menanggapi dengan 5 (lima) skala jawaban (skala likert) yang disediakan yaitu sangat setuju, setuju, tidak tahu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Masing-masing tanggapan akan diberi nilai (skor), untuk tanggapan sangat tidak setuju diberi skor (1), tidak setuju (2), tidak tahu (3), setuju (4), dan sangat setuju (5). Dengan demikian perusahaan akan mengetahui sejauh mana kepercayaan konsumen bahwa UPT komputer UNEJ mempunyai atribut-atribut seperti disebutkan kemudian dilakukan pengolahan data kuesioner seperti terdapat pada lampiran 9 terhadap 8 (delapan) pernyataan yang diajukan responden dan tanggapannya adalah sebagai berikut :

#### Pernyataan 1 :

- Apabila saya memanfaatkan jasa UPT Komputer khususnya pendidikan Irreguler atau kursus maka saya akan mudah menjangkau tempatnya.

Ternyata tanggapan responden adalah sebagai berikut :

-sangat setuju	: 15 (26,32%)
-setuju	: 24 (42,10%)
-tidak tahu	: 0 (0%)
-tidak setuju	: 13 (22,81%)
-sangat tidak setuju	: 5 (8,77%)

Rata-rata tanggapan responden :

$$\begin{aligned} \text{Jumlah skor} &= \frac{(5 \times 15) + (4 \times 24) + (3 \times 0) + (2 \times 13) + (1 \times 5)}{57} \\ \text{Jumlah absolut} &= 3,54 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa responden cenderung *menyetujui* bahwa UPT Komputer UNEJ terletak pada tempat yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen.

#### Pernyataan 2

- Apabila saya memanfaatkan jasa UPT Komputer khususnya pendidikan Irreguler atau kursus maka saya menggunakan komputer kualitas mutakhir.

Ternyata tanggapan responden adalah sebagai berikut :



-sangat setuju	: 8 (14,04 %)
-setuju	: 25 (43,86 %)
-tidak tahu	: 12 (21,005 %)
-tidak setuju	: 12 (21,05 %)
-sangat tidak setuju	: 0 (0 %)

Rata-rata tanggapan responden :

$$\frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah absolut}} = \frac{(5 \times 8) + (4 \times 25) + (3 \times 12) + (2 \times 12) + (1 \times 0)}{57}$$

$$= 3,51$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa responden cenderung *menyetujui* bahwa UPT Komputer UNEJ mampu menyediakan komputer kualitas mutakhir.

Pernyataan 3 :

- Apabila saya memanfaatkan jasa UPT Komputer khususnya pendidikan Irreguler atau kursus maka biaya kursus cukup ringan.

Ternyata tanggapan responden adalah sebagai berikut :

-sangat setuju	: 27 (47,37 %)
-setuju	: 22 (38,59 %)
-tidak tahu	: 4 (7,02 %)
-tidak setuju	: 4 (7,02 %)
-sangat tidak setuju	: 0 (0 %)

Rata-rata tanggapan responden :

$$\frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah absolut}} = \frac{(5 \times 27) + (4 \times 22) + (3 \times 4) + (2 \times 4) + (1 \times 0)}{57}$$

$$= 4,26$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa responden cenderung *menyetujui* bahwa pendidikan irreguler di UPT Komputer UNEJ biayanya cukup ringan.

Pernyataan 4 :

- Apabila saya memanfaatkan jasa UPT Komputer khususnya pendidikan Irreguler atau kursus maka penyampaian materi jelas dan terarah.

Ternyata tanggapan responden adalah sebagai berikut :

-sangat setuju	: 17 (29,82 %)
-setuju	: 35 (61,41 %)
-tidak tahu	: 0 (0 %)
-tidak setuju	: 5 (8,77 %)
-sangat tidak setuju	: 0 (0 %)

Rata-rata tanggapan responden :

$$\text{Jumlah skor} = (5 \times 17) + (4 \times 35) + (3 \times 0) + (2 \times 5) + (1 \times 0)$$

$$\text{Jumlah absolut} = \frac{57}{57}$$

$$= 4,12$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa responden cenderung *menyetujui* bahwa penyampaian materi di pendidikan irreguler UPT Komputer UNEJ cukup jelas dan terarah.

Pernyataan 5 :

- Apabila saya memanfaatkan jasa UPT Komputer khususnya pendidikan Irreguler atau kursus maka isi materi yang diberikan mudah dipahami.

Ternyata tanggapan responden adalah sebagai berikut :

-sangat setuju	: 10 (17,34 %)
-setuju	: 35 (61,41 %)
-tidak tahu	: 3 (5,26 %)
-tidak setuju	: 9 (15,79 %)
-sangat tidak setuju	: 0 (0 %)

Rata-rata tanggapan responden :

$$\text{Jumlah skor} = (5 \times 10) + (4 \times 35) + (3 \times 3) + (2 \times 9) + (1 \times 0)$$

$$\text{Jumlah absolut} = \frac{57}{57}$$

$$= 3,81$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa responden cenderung *menyetujui* bahwa isi materi yang disampaikan di pendidikan irreguler UPT Komputer UNEJ mudah dipahami.



**Pernyataan 6 :**

- Apabila saya memanfaatkan jasa UPT Komputer khususnya pendidikan Irreguler atau kursus maka suasana belajarnya tenang dan mendukung proses kursus.

Ternyata tanggapan responden adalah sebagai berikut :

-sangat setuju	: 16 (28,07 %)
-setuju	: 41 (71,93 %)
-tidak tahu	: 0 (0 %)
-tidak setuju	: 0 (0 %)
-sangat tidak setuju	: 0 (0 %)

Rata-rata tanggapan responden :

$$\frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah absolut}} = \frac{(5 \times 16) + (4 \times 41) + (3 \times 0) + (2 \times 0) + (1 \times 0)}{57}$$

$$= 4,28$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa responden cenderung *menyetujui* bahwa suasana belajar tenang dan mendukung proses kursus itu.

**Pernyataan 7 :**

- Apabila saya memanfaatkan jasa UPT Komputer khususnya pendidikan Irreguler atau kursus maka saya akan mendapatkan buku pendukung yang dapat membantu saya memahami materi yang diberikan.

Ternyata tanggapan responden adalah sebagai berikut :

-sangat setuju	: 11 (19,29 %)
-setuju	: 35 (61,41 %)
-tidak tahu	: 5 (8,77 %)
-tidak setuju	: 6 (10,53 %)
-sangat tidak setuju	: 0 (0 %)

Rata-rata tanggapan responden :

$$\frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah absolut}} = \frac{(5 \times 11) + (4 \times 35) + (3 \times 5) + (2 \times 6) + (1 \times 0)}{57}$$

$$= 3,89$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa responden cenderung *menyetujui* bahwa UPT Komputer UNEJ mampu menyediakan buku pendukung yang dapat membantu responden memahami isi materi yang diberikan.

Pernyataan 8 :

- Apabila saya memanfaatkan jasa UPT Komputer khususnya pendidikan Irreguler atau kursus maka saya akan mendapatkan jadwal studi yang fleksibel.

Ternyata tanggapan responden adalah sebagai berikut :

-sangat setuju	: 9 (15,79 %)
-setuju	: 19 (33,33 %)
-tidak tahu	: 16 (28,07 %)
-tidak setuju	: 10 (17,55 %)
-sangat tidak setuju	: 3 ( 5,26 %)

Rata-rata tanggapan responden :

$$\frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah absolut}} = \frac{(5 \times 9) + (4 \times 19) + (3 \times 16) + (2 \times 10) + (1 \times 3)}{57}$$

$$= 3,37$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa responden cenderung *tidak menyetujui* bahwa UPT Komputer UNEJ mampu mengatur jadwal study yang fleksibel bagi responden.

Uraian dan perhitungan diatas menunjukkan gambaran keyakinan konsumen terhadap atribut jasa UPT Komputer Universitas Jember, sehingga dapat diketahui bahwa :

- 1) Konsumen yakin dan percaya bahwa UPT Komputer Universitas Jember :
  - a. Mampu menyediakan tempat strategis dan mudah dijangkau
  - b. Mampu menyediakan jenis komputer kualitas mutakhir
  - c. Mampu memberikan biaya kursus yang ringan
  - d. Mampu menyampaikan materi yang jelas dan terarah
  - e. Mampu memberikan materi yang mudah dipahami
  - f. Mampu memberikan suasana belajar tenang dan mendukung



- g. Mampu menyediakan buku-buku pendukung yang dapat membantu responden dalam memahami materi
- 2) Konsumen kurang yakin dan percaya bahwa UPT Komputer Universitas Jember :
- a. mampu memberikan jadwal studi yang fleksibel

#### 4.3.4b Pengukuran Komponen Afektif

Komponen afektif ini mengacu kepada preferensi dan kesenangan responden terhadap obyek. Komponen ini disebut juga komponen penilaian atau evaluasi. Dan pengaruh yang diberikan dari komponen ini dapat dijadikan acuan bahwa atribut-atribut yang disenangi konsumen jasa komputer sangat ditentukan oleh fasilitas dan kebijaksanaan yang telah ditentukan oleh pihak UPT Komputer UNEJ dalam memberikan yang terbaik bagi para konsumen. Komponen afektif ini seperti halnya komponen kognitif, merupakan aspek penting dari kebutuhan informasi untuk berbagai keputusan.

Pengukuran komponen afektif ini dilakukan dengan menggunakan lima skala jawaban atas 8 (delapan) pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner untuk menilai masing-masing atribut “senang atau tidak senang”. Skala jawaban yang digunakan adalah sangat senang dengan skor (5), senang dengan skor (4), tidak tahu dengan skor (3), tidak senang dengan skor (2), sangat tidak senang dengan skor (1).

Kemudian dilakukan pengolahan data sebagaimana tercantum dalam lampiran 10 dapat diperoleh hasil tanggapan responden atas pertanyaan yang diberikan yaitu sebagai berikut :

##### Pernyataan 1 :

- Pada saat saya memanfaatkan jasa UPT komputer Universitas Jember khususnya pendidikan irreguler atau kursus maka tempatnya strategis dan mudah dijangkau.

Ternyata responden menjawab :

-sangat senang	: 11(19,29%)
-senang	: 25 (43,86%)
-tidak tahu	: 4 (7,02%)
-tidak senang	: 13 (22,81%)
-sangat tidak senang	: 4 (7,02)

Rata-rata tanggapan responden :

$$\begin{aligned} \text{Jumlah skor} &= (5 \times 11) + (4 \times 25) + (3 \times 4) + (2 \times 13) + (1 \times 4) \\ \text{Jumlah absolut} &= 57 \\ &= 3,46 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas menunjukkan bahwa responden cenderung merasa *tidak senang* dengan tempat atau lokasi UPT komputer Universitas Jember.

**Pernyataan 2 :**

- Pada saat saya memanfaatkan jasa UPT komputer Universitas Jember khususnya pendidikan irreguler atau kursus maka jenis komputernya kualitas mutakhir.

Ternyata responden menjawab :

-sangat senang	: 8 (14,04%)
-senang	: 24 (42,11%)
-tidak tahu	: 17 (29,81%)
-tidak senang	: 8 (14,04%)
-sangat tidak senang	: 0 (0%)

Rata-rata tanggapan responden :

$$\begin{aligned} \text{Jumlah skor} &= (5 \times 8) + (4 \times 24) + (3 \times 17) + (2 \times 8) + (1 \times 0) \\ \text{Jumlah absolut} &= 57 \\ &= 3,56 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa responden cenderung merasa *senang* dengan jenis komputer kualitas mutakhir yang dimiliki oleh UPT Komputer Universitas Jember.



**Pernyataan 3 :**

- Pada saat saya memanfaatkan jasa UPT Komputer khususnya pendidikan Irreguler atau kursus maka biaya kursus cukup ringan.

Ternyata tanggapan responden adalah sebagai berikut :

-sangat senang	: 25 (43,85%)
-senang	: 20 (35,09%)
-tidak tahu	: 5 (8,7 %)
-tidak senang	: 7 (12,28 %)
-sangat tidak senang	: 0 (0 %)

Rata-rata tanggapan responden :

$$\frac{\text{jumlah skor}}{\text{Jumlah absolut}} = \frac{(5 \times 25) + (4 \times 20) + (3 \times 5) + (2 \times 7) + (1 \times 0)}{57}$$

$$= 4,11$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa responden cenderung merasa *senang* dengan biaya kursus yang cukup ringan di UPT Komputer Universitas Jember.

**Pernyataan 4 :**

- Pada saat saya memanfaatkan jasa UPT Komputer khususnya pendidikan Irreguler atau kursus maka penyampaian materi jelas dan terarah.

Ternyata tanggapan responden adalah sebagai berikut :

-sangat senang	: 17 (29,82 %)
-senang	: 35 (61,41%)
-tidak tahu	: 0 (0 %)
-tidak senang	: 5 (8,77 %)
-sangat tidak senang	: 0 (0 %)

Rata-rata tanggapan responden :

$$\frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah absolut}} = \frac{(5 \times 17) + (4 \times 35) + (3 \times 0) + (2 \times 5) + (1 \times 0)}{57}$$

$$= 4,12$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa responden cenderung merasa *senang* dengan penyampaian materi yang jelas dan terarah di UPT Komputer Universitas Jember.

**Pernyataan 5 :**

- Pada saat saya memanfaatkan jasa UPT Komputer khususnya pendidikan Irreguler atau kursus maka isi materi yang diberikan mudah dipahami.

Ternyata tanggapan responden adalah sebagai berikut :

-sangat senang	: 12 ( 21,05%)
-senang	: 39 (68,42%)
-tidak tahu	: 6 (10,53 %)
-tidak senang	: 0 (0 %)
-sangat tidak senang	: 0 (0%)

Rata-rata tanggapan responden :

$$\frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah absolut}} = \frac{(5 \times 12) + (4 \times 39) + (3 \times 6) + (2 \times 0) + (1 \times 0)}{57}$$

$$= 4,11$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa responden cenderung merasa *senang* dengan isi materi yang mudah dipahami pada pendidikan irreguler UPT Komputer Universitas Jember.

**Pernyataan 6 :**

- Pada saat saya memanfaatkan jasa UPT Komputer khususnya pendidikan Irreguler atau kursus maka suasana belajarnya tenang dan mendukung proses kursus.

Ternyata tanggapan responden adalah sebagai berikut :

-sangat senang	: 16 (28,07 %)
-senang	: 41 (71,93 %)
-tidak tahu	: 0 (0 %)
-tidak senang	: 0 (0 %)
-sangat tidak senang	: 0 (0 %)



Rata-rata tanggapan responden :

$$\frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah absolut}} = \frac{(5 \times 16) + (4 \times 41) + (3 \times 0) + (2 \times 0) + (1 \times 0)}{57}$$

$$= 4,28$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa responden cenderung merasa *senang* dengan suasana belajar tenang yang mendukung proses kursus di UPT Komputer Universitas Jember.

Pernyataan 7 :

- Pada saat saya memanfaatkan jasa UPT Komputer khususnya pendidikan Irreguler atau kursus maka saya akan mendapatkan buku pendukung yang dapat membantu saya memahami materi yang diberikan.

Ternyata tanggapan responden adalah sebagai berikut :

-sangat senang	: 10 (17,54 %)
-senang	: 35 (61,40 %)
-tidak tahu	: 0 (0 %)
-tidak senang	: 12 (21,06 %)
-sangat tidak senang	: 0 (0 %)

Rata-rata tanggapan responden :

$$\frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah absolut}} = \frac{(5 \times 10) + (4 \times 35) + (3 \times 0) + (2 \times 12) + (1 \times 0)}{57}$$

$$= 3,75$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa responden cenderung merasa *senang* dengan adanya buku-buku pendukung yang disediakan oleh UPT Komputer Universitas Jember.

Pernyataan 8 :

- Pada saat saya memanfaatkan jasa UPT Komputer khususnya pendidikan Irreguler atau kursus maka saya akan mendapatkan jadwal studi yang fleksibel.

Teryata tanggapan responden adalah sebagai berikut :

-sangat senang	: 10 (17,54 %)
-senang	: 23 (40,35 %)

- tidak tahu : 7 (12,28 %)
- tidak senang : 13 (22,81 %)
- sangat tidak senang : 4 (7,02 %)

Rata-rata tanggapan responden :

$$\frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah absolut}} = \frac{(5 \times 10) + (4 \times 23) + (3 \times 7) + (2 \times 13) + (1 \times 4)}{57}$$
$$= 3,39$$

Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa responden cenderung merasa *tidak senang* dengan jadwal studi yang diberikan oleh UPT Komputer Universitas Jember.

Berdasarkan perhitungan diatasdapat diketahui bahwa :

1. Konsumen menyenangi atribut jasa UPT Komputer Universitas Jember, dengan urutan sebagai berikut :
  - a) Suasana belajar yang tenang dan mendukung
  - b) Penyampaian materi yang jelas dan terarah
  - c) Biaya kursus yang ringan
  - d) Isi materi yang mudah dipahami
  - e) Buku pendukung yang cukup lengkap
  - f) Jenis komputer kualitas mutakhir
2. Konsumen kurang menyenangi atribut jasa UPT Komputer Universitas Jember yaitu :
  - a) Jadwal studi yang fleksibel
  - b) Tempat yang strategis dan mudah dijangkau

#### 4.3.4c Pengukuran Komponen Konatif

Komponen konatif atau komponen perilaku ini mengacu pada perilaku pembeli yang berupa saat membeli dan “membeli”. Perilaku mengacu pada apa yang telah dikerjakan oleh para responden, Dalam hal ini, perilaku mengacu pada pembelian pembeli dan pola penggunaannya untuk jasa kursus komputer.

Dari pertanyaan yang diajukan kepada responden dalam daftar pertanyaa, “Darimana anda mendapatkan informasi mengenai UPT Komputer Universitas



Jember?”, diperoleh jawaban mengenai pola penggunaan dari para responden yang merupakan siswa komputer yang telah mengikuti kursus seperti yang terdapat pada pengolahan kuesioner, mereka memperoleh informasi dari :

1. teman : 33 responden (57,89%)
2. keluarga : 11 responden (19,30%)
3. lain-lain : 13 responden (22,81%)

Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner terlihat bahwa dalam memperoleh informasi mengenai UPT komputer Universitas Jember ternyata sebagian besar berasal dari teman-teman , baik yang sedang mengikuti kursus di UPT Komputer Universitas Jember maupun yang telah mengikuti kursus yaitu sebesar 57,89%. Sedangkan dari lain-lain seperti kebetulan sedang lewat, dan lain-lain adalah faktor kedua yaitu sebesar 22,81%. Dan dorongan dari keluarga ternyata menempati urutan terakhir untuk perolehan informasi mengenai UPT Komputer Universitas Jember yaitu 19,30%.

Selanjutnya untuk mengetahui niat membeli dari responden (dalam hal ini melanjutkan ke kelas berikutnya diajukan pertanyaan : “Setelah anda mengikuti suatu paket atau kelas apakah ada keinginan untuk melanjutkan ke paket lain?”. Dan dari kuesioner diperoleh jawaban :

1. ada keinginan : 40 responden (70,18%)
2. mungkin ada : 17 responden (29,82%)
3. ragu-ragu : 0 responden (0%)
4. tidak ada keinginan : 0 responden (0%)

Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan keinginannya untuk melanjutkan ke paket lain , dengan perincian ada keinginan sebesar 70,18%, sedangkan mungkin ada keinginan sebesar 29,82%. Sedangkan responden yang ragu-ragu dan tidak ada keinginan melanjutkan ke paket lain tidak ada.

#### 4.3.4d Fishbein's Attitude Model

Penilaian sikap konsumen secara keseluruhan ini dengan menggunakan Fishbein's Attitude Model. Model sikap Fishbein yang menggunakan rumus :

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i \times e_i$$

Keterangan :

$A_o$  = nilai (skor) sikap keseluruhan konsumen pada suatu obyek

$b_i$  = kekuatan keyakinan konsumen pada obyek dengan atribut I

$e_i$  = penilaian atau intensitas perasaan (evaluasi) terhadap atribut I

$n$  = jumlah dari atribut yang menonjol

Langkah dalam penilaian sikap konsumen secara keseluruhan yang pertama adalah penentuan nilai kepercayaan responden terhadap atribut yang dimiliki oleh jasa UPT Komputer Universitas Jember. Sebagai contoh, seorang responden memberikan tanggapan "sangat setuju" bahwa UPT komputer Universitas Jember mampu menyediakan suasana belajar yang tenang dan mendukung. Hal ini berarti skor kepercayaan responden terhadap atribut tersebut adalah 5 (lima). Kemudian menentukan skor penilaian atau evaluasi atas atribut jasa UPT Komputer Universitas Jember. Contoh dari atribut di atas responden memberikan tanggapan merasa "tidak senang", berarti evaluasi untuk atribut ini mendapat skor 2 (dua). Selanjutnya menentukan sikap konsumen secara keseluruhan terhadap atribut tersebut dengan mengalikan antara skor kepercayaan dan skor evaluasi yaitu  $(5) \times (2) = (10)$ . Demikian seterusnya untuk masing-masing atribut hingga kedelapan atribut tersebut ternilai semua. Akhirnya untuk memperoleh skor sikap secara keseluruhan responden terhadap UPT Komputer Universitas Jember dengan menjumlahkan seluruh skor sikap responden terhadap masing-masing atribut UPT Komputer Universitas Jember.

Skor-skor yang diperoleh dikelompokkan menjadi lima kelompok, yaitu :



- a. Responden dengan skor 129 sampai 200  
Dikelompokan pada responden yang sangat puas terhadap jasa UPT Komputer Universitas Jember.
- b. Responden dengan skor 73 sampai 128  
Dikelompokan pada responden yang puas terhadap jasa UPT Komputer Universitas Jember
- c. Responden dengan skor 33 sampai 72  
Dikelompokan pada responden yang mempunyai sikap netral terhadap jasa UPT Komputer Universitas Jember.
- d. Responden dengan skor 9 sampai 32  
Dikelompokan pada responden yang mempunyai sikap kurang puas terhadap jasa UPT Komputer Universitas Jember.
- e. Responden dengan skor 1 sampai 8  
Dikelompokan pada responden yang mempunyai sikap sangat kurang puas terhadap jasa UPT komputer Universitas Jember.

Berdasarkan perhitungan dalam lampiran 11 maka diperoleh gambaran sebagai berikut :

- a. 25 (43,86 %) responden mempunyai sikap yang sangat puas terhadap jasa UPT Komputer Universitas Jember.
- b. 27 (47,37 %) responden mempunyai sikap puas terhadap jasa UPT Komputer Universitas Jember.
- c. 1 (1,75 %) responden mempunyai sikap netral terhadap jasa UPT Komputer Universitas Jember.
- d. 4 (7,02 %) responden mempunyai sikap kurang puas terhadap jasa UPT Komputer Universitas Jember.
- e. Tidak ada responden yang mempunyai sikap sangat kurang puas terhadap jasa UPT Komputer Universitas Jember.

Dari hasil pengolahan data di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen UPT Komputer Universitas Jember merasa puas dengan jasa UPT Komputer Universitas Jember, sedangkan yang merasa kurang puas hanya sebagian kecil saja.



## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Bagian yang penting dalam pemasaran barang dan jasa adalah konsumen. Karakteristik konsumen, kebutuhan, sikap serta perilakunya perlu dipahami secara mendalam guna memperoleh suatu gambaran yang nyata tentang konsumen terhadap produk atau jasa yang kita tawarkan. Dengan berpijak dari hal tersebut diatas maka diharapkan perusahaan dapat memberikan kepuasan yang optimal bagi konsumen.

Pernyataan diatas merupakan simpulan akhir dari penelitian ini. Adapun kesimpulan dari pembahasan ini adalah sebagai berikut :

- (1) Analisis tentang karakteristik demografi dan kepribadian konsumen bahwa konsumen UPT Komputer Universitas Jember 31,58 % adalah pria dan 68,42% nya adalah wanita. Sedangkan perincian fakultas dari konsumen adalah 21 % berasal dari Fakultas Ekonomi; 17,5 % dari Fakultas Hukum; 12 % dari Fakultas Sastra ; 10,5 % dari FISIP; 5 % dari FKIP; 16 % dari Fakultas Pertanian; 9 % dari Fakultas Tehnologi Pertanian; 2 % dari FKG; 7 % dari fakultas MIPA, sedangkan untuk Program studi Pendidikan Dokter dan D III Tehnik ternyata tidak ada konsumennya. Komposisi tahun angkatannya adalah tahun 1997 kebawah 24,56 %, tahun 1998 22,81 %, tahun 1999 17,54 %, tahun 2000 19 %, dan tahun 2001 1,75 %. Sebagian besar dari mereka mempunyai uang saku perbulan Rp 151.000,- s/d Rp 200.000,- yaitu 31,5 %, Rp 251.000,- s/d Rp 300.000,- yaitu 28,07 %, Rp 201.000,- s/d Rp 250.000,- sebanyak 15,79 %, kurang dari Rp 150.000,- sebesar 14,03 %, lebih dari Rp 301.000,- sebesar 10,54 %.
- (2) Berdasarkan analisis kebutuhan terhadap atribut jasa UPT Komputer Universitas Jember dapat diketahui skala prioritas kebutuhan konsumen atas atribut jasa secara berurutan sebagai berikut :1) biaya kursus yang ringan. 2) suasana belajar yang tenang dan mendukung. 3) isi materi yang mudah dipahami. 4) penyampaian materi yang jelas dan terarah. 5) tempat strategis



dan mudah dijangkau. 6) jadwal studi yang fleksibel. 7) buku pendukung yang cukup lengkap. 8) jenis komputer kualitas mutakhir.

- (3) Hasil uji pengaruh faktor karakteristik konsumen terhadap pemilihan atribut jasa UPT komputer Universitas Jember, ternyata faktor jenis kelamin wanita mempengaruhi dalam pemilihan atribut jasa UPT Komputer Universitas Jember. Sedangkan faktor fakultas, tahun angkatan dan uang saku perbulan tidak mempengaruhi responden dalam pemilihan atribut jasa UPT Komputer Universitas Jember.
- (4) Berdasarkan analisis sikap konsumen dapat diperoleh beberapa kesimpulan yaitu bahwa konsumen setuju dan percaya bahwa UPT Komputer Universitas Jember mampu menyediakan atribut tempat strategis dan mudah dijangkau, jenis komputer kualitas mutakhir, biaya kursus yang cukup ringan, penyampaian materi yang jelas dan terarah, isi materi yang mudah dipahami, suasana belajar yang tenang dan mendukung, buku pendukung yang cukup lengkap. Namun konsumen tidak setuju atau tidak percaya bahwa UPT Komputer Universitas Jember mampu menyediakan atribut jadwal studi yang fleksibel. Konsumen juga menyatakan senang dengan atribut jasa UPT Komputer Universitas Jember yaitu jenis komputer kualitas mutakhir, biaya kursus yang cukup ringan, penyampaian materi yang jelas dan terarah, isi materi yang mudah dipahami, suasana belajar yang tenang dan mendukung, buku pendukung yang cukup lengkap. Namun konsumen menyatakan tidak senang dengan atribut jasa UPT Komputer Universitas Jember yaitu tempat yang strategis dan mudah dijangkau serta jadwal studi yang fleksibel. Untuk pengukuran komponen konatif ternyata sebagian besar konsumen punya keinginan untuk melanjutkan ke paket lain atau kelas lain. Konsumen yang menyatakan ada keinginan untuk melanjutkan : 70,18 %, mungkin ada keinginan 29,82 %, dan ragu-ragu serta tidak ada keinginan 0 %. Sedangkan melalui kuesioner, konsumen mengetahui UPT Komputer Universitas Jember dari teman sebesar 57,89 %, keluarga 19,30 %, dan lain-lain 22,81 %. Dengan menggunakan *Fishbein's Attitude Model* dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen (47,37 %) merasa puas terhadap atribut jasa UPT

Universitas Jember, 43,86% merasa sangat puas. Walaupun 7,02% menyatakan kurang puas, 1,75% menyatakan netral dan tidak ada responden yang menyatakan sangat kurang puas terhadap jasa UPT Komputer Universitas Jember.

## 5.2 Saran

Berpijak dari hasil penelitian dan pembahasan yang ada maka ada beberapa saran yang mungkin dapat diterapkan oleh pengelola UPT Komputer Universitas Jember setelah melalui beberapa pertimbangan, saran-saran yang dapat dikemukakan adalah :

- (1) pengelola UPT Komputer Universitas Jember harus mempertahankan pelayanannya yang berkualitas dan memuaskan konsumen. Karena konsumen UPT komputer Universitas Jember khususnya pada pendidikan irreguler kebanyakan adalah mahasiswa yang mana memutuskan untuk mengikuti pendidikan irreguler di UPT Komputer Universitas Jember ini pertimbangan utamanya adalah biaya kursus yang cukup ringan. Jadi walaupun biaya kursus ringan namun pelayanan tetap bagus dan memuaskan konsumennya.
- (2) mengenai pengaturan jadwal studi tentunya mendapatkan perhatian tersendiri, karena berdasarkan penelitian ini banyak responden yang kurang senang dengan atribut jadwal studi. Mungkin perlu pembaharuan dalam pengaturan jadwal studi yang ada dan lebih fleksibel lagi.
- (3) seandainya memungkinkan perlu diadakan sistem bebas praktek bagi siswa yang mengikuti pendidikan irreguler di UPT Komputer Universitas Jember. Hal itu dapat menjadi nilai tambah bagi UPT Komputer Universitas Jember dalam menarik minat mahasiswa untuk mengikuti pendidikan irreguler.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Assael, H. 1998. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Third Edition. USA : Publishing Company, Boston, Massachusel.
- Azwar, Saefudin. 1988. **Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya**. Edisi Kedua. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Departemen Pendidikan Nasional Universitas Jember. 2001. **Universitas Jember Dalam Angka**. Jember: Universitas Jember.
- Engel, James, F., Roger D. Blacwell., Paul W. Miniard. 1994. **Perilaku Konsumen**. Jilid I. Terjemahan. Edisi Enam. Jakarta: Binarupa Aksara.
- , 1994. **Perilaku Konsumen**. Jilid II. Terjemahan. Edisi Enam. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Evans. R. Joel, Bermany, Barry. 1992. *Marketing*. New York: Macmillan Publishing Company.
- Hawkins, Deli., Best .J. Roger., Conney A. Kenneth. 1995, *Consumer Behavior; Implication For Marketing Strategy*. Sixth Edition. Richard D. Irwin Inc.
- Kotler, Philip. 1997. **Manajemen Pemasaran : Analisa, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol**. Jilid I. Terjemahan. Jakarta: PT. Prehallindo.
- , 1995. **Manajemen Pemasaran; Strategi dan Implementasi**. Jilid II. Terjemahan. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kustituantto, Bambang. 1998. **Statistik Untuk Ekonomi dan Bisnis**. Yogyakarta: BPFE.
- Rangkuti, Freddy. 1997. **Riset Pemasaran**. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, M. 1995. **Metodologi Penelitian Survei**. Jakarta: LP3ES.
- Soeratno., Arsyad, Lincolin. 1995. **Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis**. Yogyakarta: BPFE.
- Sujana. 1998. **Sendi-sendi Statistik**. Yogyakarta.: BPFE.

Supranto, J. MA.1997. **Metode Riset: Aplikasinya Dalam Pemasaran**. Jakarta: Lembaga Penerbit FE UI.

Swastha, Basu Dh., Handoko, T. Hani. 1997. **Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen**. Yogyakarta: BPFE.

UPT Komputer Universitas Jember. 2001. **Profil UPT Komputer Universitas Jember**. Jember: UPT Komputer Universitas Jember.





Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Untuk Responden

**DAFTAR PERTANYAAN RESPONDEN**

Dalam rangka penulisan skripsi dengan judul "**Analisis Sikap Konsumen Terhadap Jasa Yang Ditawarkan Oleh UPT Komputer Universitas Jember di Jember**", maka penulis memohon kesediaan anda untuk memberi jawaban atas pertanyaan-pertanyaan dibawah ini.  
Atas kesediaan dan partisipasi anda, penulis mengucapkan terima kasih

Nama : .....

**I. Karakteristik Konsumen**

**Petunjuk : berilah tanda silang (X) pada titik-titik yang tersedia !**

1. Jenis kelamin anda :

( ) Pria                      ( ) Wanita

2. Fakultas Anda :

.....

3. Tahun Angkatan anda :

( ) 2001                      ( ) 1998  
( ) 2000                      ( ) 1997 ke bawah  
( ) 1999

4. Uang saku perbulan :

( ) kurang dari Rp. 150.000,-  
( ) Rp. 151000,- sampai dengan Rp. 200.000,-  
( ) Rp. 201.000,- sampai dengan Rp. 250.000,-  
( ) Rp. 251.000,- sampai dengan Rp. 300.000,-  
( ) lebih dari Rp. 301.000,-

## II. Skala Prioritas Kebutuhan Konsumen

**Petunjuk :** Berilah nomor urut (1-8) sesuai dengan tingkat kepentingan anda dalam memilih UPT Komputer

- ( ) Tempat strategis dan mudah dijangkau
- ( ) Jenis Komputer kualitas mutakhir
- ( ) Biaya kursus yang ringan
- ( ) Penyampaian materi yang jelas dan terarah
- ( ) Isi materi yang mudah dipahami
- ( ) Suasana belajar yang tenang dan mendukung
- ( ) Buku pendukung yang cukup lengkap
- ( ) Jadwal study yang fleksibel

## III. Pengukuran Komponen Kognitif

**Petunjuk :** Isilah dengan kode seperti dibawah ini pada jawaban yang anda pilih.

**Kode :** SS : Sangat Setuju                      TS : Tidak Setuju  
S : Setuju    STS : Sangat Tidak Setuju  
TT : Tidak Tahu

**Pernyataan :** Apabila saya memanfaatkan jasa UPT Komputer Universitas Jember maka :

1. ( ) Tempat strategis dan mudah dijangkau
2. ( ) Jenis komputer kualitas mutakhir
3. ( ) Biaya kursus yang ringan
4. ( ) Penyampaian materi yang jelas dan terarah
5. ( ) Isi materi yang mudah dipahami
6. ( ) Suasana belajar yang tenang dan mendukung
7. ( ) Buku pendukung yang cukup lengkap
8. ( ) Jadwal study yang fleksibel



## IV. Pengukuran Komponen Afektif

**Petunjuk :** Isilah dengan kode seperti dibawah ini pada jawaban yang anda pilih.

**Kode :** SS : Sangat senang                      TS : Tidak Senang  
          S : Senang                                      STS : Sangat Tidak Senang  
          TT : Tidak Tahu

**Pernyataan :** Pada saat saya memanfaatkan jasa UPT Komputer Universitas Jember maka :

1. ( ) Tempat strategis dan mudah dijangkau
2. ( ) Jenis Komputer kualitas mutakhir
3. ( ) Biaya kursus yang ringan
4. ( ) Penyampaian materi yang jelas dan terarah
5. ( ) Isi materi yang mudah dipahami
6. ( ) Suasana belajar yang tenang dan mendukung
7. ( ) Buku pendukung yang cukup lengkap
8. ( ) Jadwal study yang fleksibel

## V. Pengukuran Komponen Konatif

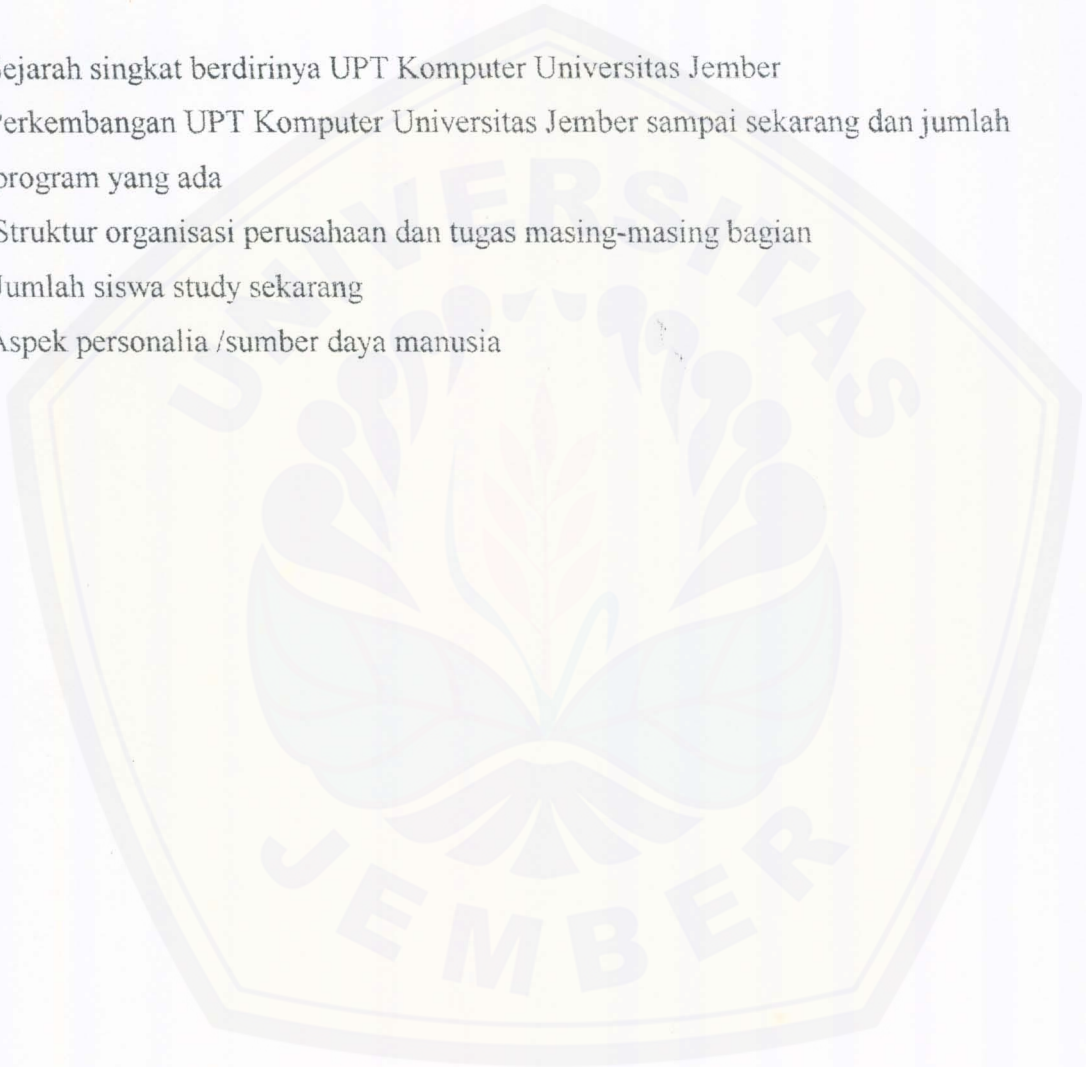
**Petunjuk :** Berilah anda silang (X) pada titik-titik yang tersedia!

1. Darimana anda mengetahui UPT Komputer Universitas Jember:  
( ) Teman  
( ) Keluarga  
( ) Lain-lain
2. Setelah anda mengikuti suatu paket, apakah ada keinginan untuk melanjutkan ke paket lain :  
( ) Ada keinginan  
( ) Mungkin ada  
( ) Ragu-ragu  
( ) Tidak ada keinginan

Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Untuk Pengelola UPT Komputer Universitas Jember

**DAFTAR PERTANYAAN  
UPT KOMPUTER UNIVERSITAS JEMBER**

1. Sejarah singkat berdirinya UPT Komputer Universitas Jember
2. Perkembangan UPT Komputer Universitas Jember sampai sekarang dan jumlah program yang ada
3. Struktur organisasi perusahaan dan tugas masing-masing bagian
4. Jumlah siswa study sekarang
5. Aspek personalia /sumber daya manusia







No	Karakteristik Responden																							
	Jenis Kelamin		Fakultas										Tahun Angkatan					Uang Saku Perbulan (Dalam Rupiah)						
	Pria	Wanita	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	<1997	1998	1999	2000	2001	<150.000	151.000-200.000	201.000-250.000	251.000-300.000	301.000<	
	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
22.		*					*								*					*				
23.		*			*								*							*				
24.		*			*					*				*						*				
25.		*													*					*				
26.		*	*										*							*				
27.		*		*										*						*				
28.		*	*											*						*				
29.		*	*											*						*				
30.		*					*							*						*				
31.	*				*					*					*					*				
32.	*				*										*					*				
33.	*		*											*						*				
34.		*	*								*			*						*				
35.	*	*	*											*						*				
36.	*		*											*						*				
37.		*					*							*						*				
38.		*					*							*						*				
39.		*						*						*						*				
40.		*	*					*						*						*				
41.		*	*					*						*						*				
42.		*	*					*						*						*				
43.	*		*					*						*						*				*
44.	*		*					*						*						*				*
45.	*		*					*						*						*				*



No		Karakteristik Responden																							
		Jenis Kelamin		Fakultas										Tahun Angkatan					Uang Saku Perbulan (Dalam Rupiah)						
		Pria	Wanita	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	<1997	1998	1999	2000	2001	<150.000	151.000-200.000	201.000-250.000	251.000-300.000	301.000<	
46.	*	*													*										*
47.	*	*			*															*					
48.	*	*												*											
49.	*	*				*									*			*						*	
50.	*	*				*												*						*	
51.	*	*						*										*						*	
52.	*	*																	*					*	
53.	*	*							*						*					*				*	
54.	*	*								*										*				*	
55.	*	*								*					*						*			*	
56.	*	*								*					*						*			*	
57.	*	*								*					*						*			*	
Total	18	39												14	13	10	19	1	8	18	9	16		6	

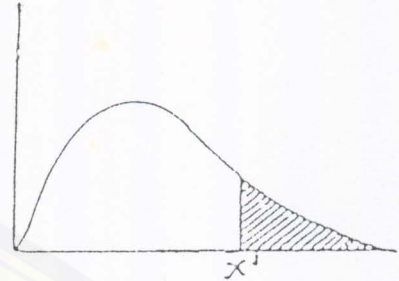
Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2001

## Lampiran 4. Daftar Distribusi Chi Square

### DISTRIBUSI CHI – KUADRAT

- $\nu$  = Derajat kebebasan  
 $p$  = Peluang  $\chi^2$  melebihi nilai daftar.  
 = luas daerah yang diarsir.

Untuk  $\nu > 100$ , ambil  $\sqrt{2 \chi^2} - \sqrt{2\nu - 1}$   
 sebagai variabel normal standar.



$\nu \backslash p$	0,995	0,975	0,050	0,025	0,010	0,005
1	0,043927	0,039821	3,84146	5,02389	6,63490	7,87944
2	0,010025	0,050636	5,99147	7,37776	9,21034	10,5966
3	0,071721	0,215795	7,81473	9,34840	11,3449	12,8381
4	0,206990	0,484419	9,48773	11,1433	13,2767	14,8602
5	0,411740	0,831211	11,0705	12,8325	15,0863	16,7496
6	0,675727	1,237347	12,5916	14,4494	16,8119	18,5476
7	0,989265	1,68987	14,0671	16,0128	18,4753	20,2777
8	1,344419	2,17973	15,5073	17,5346	20,0902	21,9550
9	1,734926	2,70039	16,9190	19,0228	21,6660	23,5893
10	2,15585	3,24697	18,3070	20,4831	23,2093	25,1882
11	2,60321	3,81575	19,6751	21,9200	24,7250	26,7569
12	3,07382	4,40379	21,0261	23,3367	26,2170	28,2995
13	3,56503	5,00874	22,3621	24,7356	27,6883	29,8194
14	4,07468	5,62872	23,6848	26,1190	29,1413	31,3193
15	4,60094	6,26214	24,9958	27,4884	30,5779	32,8013
16	5,14224	6,90766	26,2962	28,8454	31,9999	34,2672
17	5,69724	7,56418	27,5871	30,1910	33,4087	35,7185
18	6,26481	8,23075	28,8693	31,5264	34,8053	37,1564
19	6,84398	8,90655	30,1435	32,8523	36,1908	38,5822
20	7,43386	9,59083	31,4104	34,1696	37,5662	39,9968
21	8,03366	10,28293	32,6705	35,4789	38,9321	41,4010
22	8,64272	10,9823	33,9244	36,7807	40,2894	42,7956
23	9,26042	11,6885	35,1725	38,0757	41,6384	44,1813
24	9,88623	12,4001	36,4151	39,3641	42,9798	45,5585
25	10,5197	13,1197	37,6525	40,6465	44,3141	46,9278
26	11,1603	13,8439	38,8852	41,9232	45,6417	48,2899
27	11,8076	14,5733	40,1133	43,1944	46,9630	49,6449
28	12,4613	15,3079	41,3372	44,4607	48,2782	50,9933
29	13,1211	16,0471	42,5569	45,7222	49,5879	52,3356
30	13,7867	16,7908	43,7729	46,9792	50,8922	53,6720
40	20,7065	24,4331	55,7585	59,3417	63,6907	66,7659
50	27,9907	32,3574	67,5048	71,4202	76,1539	79,4900
60	35,5346	40,4817	79,0819	83,2976	88,3794	91,9517
70	43,2752	48,7576	90,5312	95,0231	100,425	104,215
80	51,1720	57,1532	101,879	106,629	112,329	116,321
90	59,1963	65,6466	113,145	118,136	124,116	128,299
100	67,3276	74,2219	124,342	129,561	135,807	140,169



Lampiran 5. Perhitungan Frekuensi Yang Diharapkan Terjadi Untuk Tiap Sel Untuk Mendapatkan nilai  $X^2$  untuk Data Jenis Kelamin

$$N_{11} = \frac{9 \times 18}{57} = 9,38$$

$$N_{21} = \frac{9 \times 39}{57} = 6,16$$

$$N_{21} = \frac{5 \times 18}{57} = 0,11$$

$$N_{22} = \frac{5 \times 39}{57} = 3,42$$

$$N_{31} = \frac{26 \times 18}{57} = 8,21$$

$$N_{32} = \frac{26 \times 39}{57} = 17,79$$

$$N_{41} = \frac{4 \times 18}{57} = 1,26$$

$$N_{42} = \frac{4 \times 39}{57} = 2,74$$

$$N_{51} = \frac{3 \times 18}{57} = 0,95$$

$$N_{52} = \frac{3 \times 39}{57} = 2,05$$

$$N_{61} = \frac{4 \times 18}{57} = 1,26$$

$$N_{62} = \frac{4 \times 39}{57} = 2,74$$

$$N_{71} = \frac{2 \times 18}{57} = 0,63$$

$$N_{72} = \frac{2 \times 39}{57} = 1,37$$

$$N_{81} = \frac{4 \times 18}{57} = 1,26$$

$$N_{82} = \frac{4 \times 39}{57} = 2,74$$

Sumber : Tabel 4.7

Lampiran 6. Perhitungan Frekuensi Yang Diharapkan Terjadi untuk Tiap Sel Untuk Mendapatkan Nilai  $X^2$  Untuk Data Fakultas Responden

$$N_{11} = \frac{9 \times 38}{57} = 6$$

$$N_{21} = \frac{9 \times 19}{57} = 3$$

$$N_{21} = \frac{5 \times 38}{57} = 3,33$$

$$N_{22} = \frac{5 \times 19}{57} = 1,67$$

$$N_{31} = \frac{26 \times 38}{57} = 17,33$$

$$N_{32} = \frac{26 \times 19}{57} = 8,76$$

$$N_{41} = \frac{4 \times 38}{57} = 2,67$$

$$N_{42} = \frac{4 \times 19}{57} = 1,33$$

$$N_{51} = \frac{3 \times 38}{57} = 2$$

$$N_{52} = \frac{3 \times 19}{57} = 1$$

$$N_{61} = \frac{4 \times 38}{57} = 2,67$$

$$N_{62} = \frac{4 \times 19}{57} = 1,33$$

$$N_{71} = \frac{2 \times 38}{57} = 1,33$$

$$N_{72} = \frac{2 \times 34}{57} = 0,67$$

$$N_{81} = \frac{4 \times 38}{57} = 2,67$$

$$N_{82} = \frac{4 \times 34}{57} = 1,33$$

Sumber : Tabel 4.8



Lampiran 7. Perhitungan Frekuensi Yang Diharapkan Terjadi Untuk Tiap Sel Untuk Mendapatkan Nilai  $X^2$  Untuk Data Tahun Angkatan Responden (Tahun Masuk Responden)

$$N_{11} = \frac{9 \times 25}{57} = 3,95$$

$$N_{21} = \frac{9 \times 32}{57} = 5,05$$

$$N_{21} = \frac{5 \times 25}{57} = 2,19$$

$$N_{22} = \frac{5 \times 32}{57} = 2,81$$

$$N_{31} = \frac{26 \times 25}{57} = 11,40$$

$$N_{32} = \frac{26 \times 32}{57} = 14,59$$

$$N_{41} = \frac{4 \times 25}{57} = 1,75$$

$$N_{42} = \frac{4 \times 32}{57} = 2,25$$

$$N_{51} = \frac{3 \times 25}{57} = 1,32$$

$$N_{52} = \frac{3 \times 32}{57} = 1,68$$

$$N_{61} = \frac{4 \times 25}{57} = 1,75$$

$$N_{62} = \frac{4 \times 32}{57} = 2,25$$

$$N_{71} = \frac{2 \times 25}{57} = 0,88$$

$$N_{72} = \frac{2 \times 32}{57} = 1,12$$

$$N_{81} = \frac{4 \times 25}{57} = 1,75$$

$$N_{82} = \frac{4 \times 32}{57} = 2,25$$

Sumber : Tabel 4.11

Lampiran 8. Perhitungan Frekuensi Yang Diharapkan Terjadi Untuk Tiap Sel Untuk Mendapatkan Nilai  $X^2$  Untuk Data Uang Saku Perbulan Responden

$$N_{11} = \frac{9 \times 27}{57} = 4,26$$

$$N_{21} = \frac{9 \times 30}{57} = 4,74$$

$$N_{21} = \frac{5 \times 27}{57} = 2,37$$

$$N_{22} = \frac{5 \times 30}{57} = 2,63$$

$$N_{31} = \frac{26 \times 27}{57} = 12,32$$

$$N_{32} = \frac{26 \times 30}{57} = 13,68$$

$$N_{41} = \frac{4 \times 27}{57} = 1,89$$

$$N_{42} = \frac{4 \times 30}{57} = 2,11$$

$$N_{51} = \frac{3 \times 27}{57} = 1,42$$

$$N_{52} = \frac{3 \times 30}{57} = 1,57$$

$$N_{61} = \frac{4 \times 27}{57} = 1,89$$

$$N_{62} = \frac{4 \times 30}{57} = 2,11$$

$$N_{71} = \frac{2 \times 27}{57} = 0,95$$

$$N_{72} = \frac{2 \times 30}{57} = 1,05$$

$$N_{81} = \frac{4 \times 27}{57} = 1,89$$

$$N_{82} = \frac{4 \times 30}{57} = 2,11$$

Sumber : Tabel 4.13



Lampiran 9. Perhitungan Komponen Kognitif

1. Tempat Yang Strategis Dan Mudah dijangkau			2. Jenis komputer Kualitas Mutakhir		
Skor	Jumlah	Total	Skor	Jumlah	Total
5	15	75	5	8	40
4	24	96	4	25	100
3	0	0	3	12	36
2	13	26	2	12	24
1	5	5	1	0	0
Jumlah		202	Jumlah		200
Jumlah Absolut		: 57	Jumlah Absolut		: 57
Rata-rata tanggapan		: 3,54	Rata-rata tanggapan		: 3,51

3. Biaya Kursusnya Ringan			4. Penyampaian Materi Yang Jelas Dan Terarah		
Skor	Jumlah	Total	Skor	Jumlah	Total
5	27	135	5	17	85
4	22	88	4	35	140
3	4	12	3	0	0
2	4	8	2	5	10
1	0	0	1	0	0
Jumlah		243	Jumlah		235
Jumlah absolut		: 57	Jumlah Absolut		: 57
Rata-rata Tanggapan		: 4,26	Rata-rata Tanggapan		: 4,12

5. Isi Materi Yang Mudah Dipahami			6. Suasana Belajar Yang Tenang Dan Mendukung		
Skor	Jumlah	Total	Skor	Jumlah	Total
5	10	50	5	16	80
4	35	140	4	41	164
3	3	9	3	0	0
2	9	18	2	0	0
1	0	0	1	0	0
Jumlah		217	Jumlah		244
Jumlah Absolut		: 57	Jumlah Absolut		: 57
Rata-rata tanggapan		: 3,81	Rata-rata Tanggapan		: 4,28

7. Buku Pendukung Yang Cukup Lengkap			8. Jadwal Study Yang Fleksibel		
Skor	Jumlah	Total	Skor	Jumlah	Total
5	11	55	5	9	45
4	35	140	4	19	76
3	5	15	3	16	48
2	6	12	2	10	20
1	0	0	1	3	3
Jumlah		222	Jumlah		192
Jumlah Absolut		: 57	Jumlah absolut		: 57
Rata-rata tanggapan		: 3,89	Rata-rata tanggapan		: 3,37

## Lampiran 10. Perhitungan Komponen Afektif

1. Tempat strategis dan mudah dijangkau			2. Jenis Komputer Kualitas Mutakhir		
Skor	Jumlah	Total	Skor	Jumlah	Total
5	11	55	5	8	40
4	25	100	4	24	96
3	4	12	3	17	51
2	13	26	2	8	16
1	4	4	1	0	0
Jumlah		197	Jumlah		203
Jumlah absolut		: 57	Jumlah absolut		: 57
Rata-rata tanggapan		: 3,46	Rata-rata tanggapan		: 3,56

3. Biaya Kursus Ringan			4. Penyampaian Materi Yang Jelas Dan terarah		
Skor	Jumlah	Total	Skor	Jumlah	Total
5	25	125	5	17	85
4	20	80	4	35	140
3	5	15	3	0	0
2	7	14	2	5	10
1	0	0	1	0	0
Jumlah		234	Jumlah		235
Jumlah absolut		: 57	Jumlah absolut		: 57
Rata-rata tanggapan		: 4,11	Rata-rata tanggapan		: 4,12

5. Isi Materi Mudah Dipahami			6. Suasana Belajar Yang Tenang dan Mendukung		
Skor	Jumlah	Total	Skor	Jumlah	Total
5	12	60	5	16	80
4	39	156	4	41	164
3	6	18	3	0	0
2	0	0	2	0	0
1	0	0	1	0	0
Jumlah		234	Jumlah		244
Jumlah absolut		: 57	Jumlah absolut		: 57
Rata-rata tanggapan		: 4,11	Rata-rata tanggapan		: 4,28

7. Buku Pendukung Yang cukup Lengkap			8. Jadwal Studi Fleksibel		
Skor	Jumlah	Total	Skor	Jumlah	Total
5	10	50	5	10	50
4	35	140	4	23	92
3	0	0	3	7	21
2	12	24	2	13	26
1	0	0	1	4	4
Jumlah		214	Jumlah		193
Jumlah absolut		: 57	Jumlah absolut		: 57
Rata-rata tanggapan		: 3,75	Rata-rata tanggapan		: 3,39



## Lampiran 11. Perhitungan Sikap Responden Terhadap Jasa UPT Komputer Universitas Jember

$$\text{Skor} = (\text{komponen kognitif}) \times (\text{komponen afektif})$$

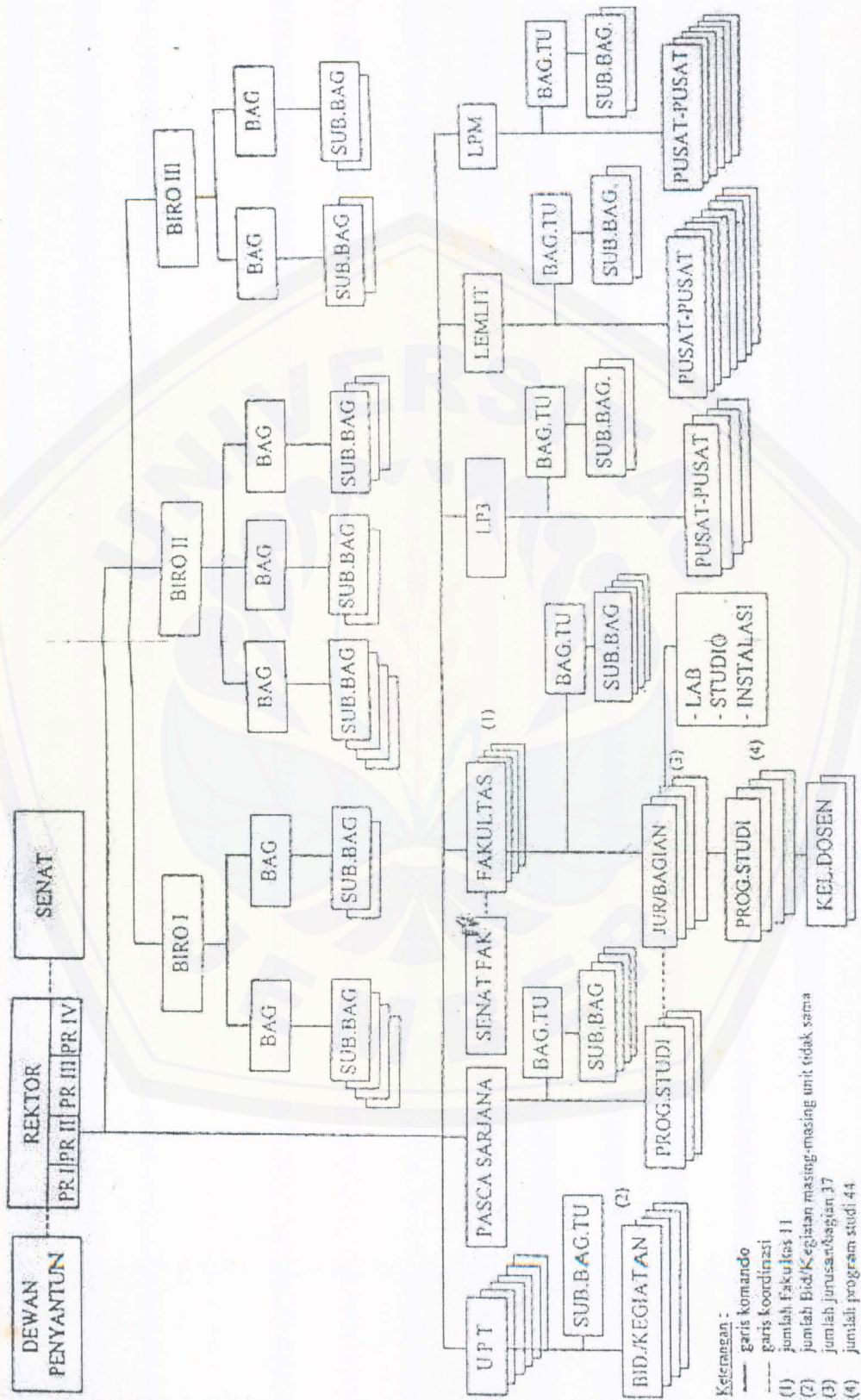
No	Skor				
	129 s/d 200 sangat puas	73 s/d 128 puas	33 s/d 72 netral	9 s/d 32 kurang puas	1 s/d 8 sangat kurang puas
1.	*				
2.		*			
3.	*				
4.	*				
5.		*			
6.	*				
7.	*				
8.	*				
9.		*			
10.	*				
11.		*			
12.	*				
13.	*				
14.		*			
15.	*				
16.		*			
17.	*				
18.		*			
19.		*			
20.		*			
21.	*				
22.		*			
23.	*				
24.		*			
25.		*			
26.	*				
27.		*			
28.		*			
29.		*			
30.	*				
31.	*				
32.	*				
33.		*			
34.	*				
35.	*				
36.			*		

No	Skor				
	129 s/d 200 sangat puas	73 s/d 128 puas	33 s/d 72 netral	9 s/d 32 kurang puas	1 s/d 8 sangat kurang puas
37.		*			
38.	*				
39.	*				
40.		*			
41.	*				
42.		*			
43.				*	
44.	*				
45.	*				
46.		*			
47.				*	
48.		*			
49.		*			
50.	*				
51.				*	
52.		*			
53.				*	
54.		*			
55.		*			
56.		*			
57.		*			
	25 (43,86%)	27(47,37%)	1 (1,75%)	4 (7,02%)	0 (0 %)

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner Tahun 2001



Lampiran 12  
Struktur Organisasi Universitas Jember



Lampiran 13  
Potensi Ruang UPT Komputer

No.	Gedung	Kode Ruang	Diskripsi Ruang	Kapasitas Acces (org)	Dimensi					
					Lebar (m)	Panjang (m)	Luas (m <sup>2</sup> )			
1.	UPT Komputer (A)	R111 KEP	Ruang operasi pemeliharaan komputer	14	5.00	6.80	34.00			
		R112 SIN	Ruang Sinas		5.00	6.80	34.00			
		R113 PER	Ruang Perpustakaan		5.00	6.80	34.00			
		R114 TU	Ruang Tata Usaha		5.00	6.80	34.00			
		R115 GD	Ruang Gudang		3.00	3.40	10.20			
		R116 GL	Ruang Gudang Lantai		5.00	3.40	17.00			
		R121 KUI I	Ruang Kuliah 1		10.20	14.40	126.48			
		R122 OPK	Ruang Operasi pemeliharaan komputer		6.20	6.80	42.16			
		R123 SAC	Ruang Self Acces Computer		6.20	6.80	42.16			
		Sub. Jumlah						374.00		
		2.	UPT Komputer (B)		R211 WK	Ruang Wakil Kepala	20	3.00	6.00	18.00
					R212 HT	Ruang High Technology		5.40	6.00	32.40
					R213 SER	Ruang Serve		4.10	3.00	12.30
					R214 KU II	Ruang Kuliah 2		8.40	6.00	50.40
R215 KU III	Ruang Kuliah 3			8.40	6.00	50.40				
Sub Jumlah								163.50		
3.	Dharma Wanita	R311 AIT	Ruang Acces Internet	10						
		R312 SAI (1)	Ruang Serve Acces Internet (1)							
		R313 SAI (2)	Ruang Serve Acces Internet (2)							
		R314 PWR	Ruang Power							
Sub. Jumlah										

Sumber: Profil UPT Komputer Universitas Jember, Tahun 2001



Lampiran 14  
Jumlah Mahasiswa Pengguna Internet

No.	Fakultas	Satuan	Tahun 2000						
			Jan	Peb	Mar	April	Mei	Juni	11-Juli
1.	Pertanian	Org	79	278	415	458	402	271	82
2.	FKIP	Org	39	103	149	168	187	131	34
3.	MIPA	Org	18	41	110	107	99	94	33
4.	Sastra	Org	17	54	70	90	72	76	12
5.	FKG	Org	26	70	155	170	199	104	19
6.	Hukum	Org	25	60	87	181	121	94	9
7.	Ekonomi	Org	33	66	125	119	189	104	45
8.	Fisip	Org	25	103	184	181	203	173	64
9.	FTP	Org	29	144	180	156	150	135	43
10.	D3 Teknik	Org	0	9	29	27	51	10	7
	Jumlah	Org	291	928	1.504	1.657	1.673	1.192	348
	Rata-rata perhari	Org	17	38	50	55	56	40	
	Lama pemakaian per unit	Org	1.90	3.80	5.40	5.00	5.00	3.37	

Sumber: Profil UPT Komputer Universitas Jember, Tahun 2001

## Lampiran 15 Potensi Komputer UPT Komputer

No.	Jenis Barang	Nama Barang	Merk	Jumlah
1.	Komputer	Komputer multimedia	Vtech Pentium 133	2
		Komputer server	Vtech Pentium 200	2
			Vtech Pentium 200 Pro	2
		Komputer Stand Alone	Vtech Pentium 120	40
			Vtech Pentium 200	50
		Komputer Work Station	Vtech Pentium 133	11
			Pentium III 450 Hz	18
	Note Book 486		1	
2.	Printer	Printer Color Stylus	Epson 1520	1
		Printer Dot Matrik	Printer Dot Matrik	1
			Printer Epson DFX-8000	1
			Printer Epson FX 1050	1
			Printer Epson LQ-1170	2
			Printer Epson LX-300	5
			Printer Epson LX-800	5
			Epson LQ-2170	10
		Printer Laser	Printer Laser HP 6 P	3
			Printer Laser Jet 5 P	1
			Printer Laser 4 L	1
	Network Printer	HP Laser Jet 4050 N	1 Unit	
3.	Accesoris	CD Witer External	Yamaha CRW8424	2
			CDR Yamaha SCSI 2 MB	1 Unit
		Digital Camera	Kodak DC210	1 Unit
		Sound Sys & Wireless Mic	TOA-ZW770	1 Set
		Tape backup	DDS3 125 m	6
		ZIP Drive 100 MB		1
		Eprom Eraser		1
		Eprom Programer		1
		Crimping Tool		1
		Digitizer Drawing Board	Callcomp	1
4.	Networking Acces	3 Com Hub 10/100 24-port	3 Com Hub 10/100 24-port	1
		3 Com Hub 10/100 25-port 02	3 Com Hub 10/100 24-port	3
		Hub Print Serve		1
		Hub Print Serve	D-link DE-950	5
		Hub Stack 3 Com Cable	Hub Stack 3 Com Cable	1
		Hub:3 Com 10		2
		Hub:3 Com 40		2
		Lan card		39
		Switching Hub 001	Cisco 1924	2
		5.	Multimedia	Audio System
Scanner	HP 4C			1 Unit
OHP				1
Opscan 3000 NCS	Opscan 3000 NCS			1
Data Presentation LCD				1
LCD Proyektor Multimedia	Epson EMP 3500			1 buah
6.	UPS	UPS	Funitzu	1
		UPS	Pascal PCL 5 KHB	4
		UPS	UPS	10



No.	Jenis Barang	Nama Barang	Merk	Jumlah		
7.	VSAT	Installation Satelite Groundstation	Aditech	1 line		
		Server 001	Micron Netframe 3101			
		Server 002	Micron Netframe 3101			
		Battery 001		16		
		Router	Cisco 1720	1 unit		
		Multiplexer	Micom 3 K	1 unit		
		Satelite Comunication Groundsta	Prodelin-Coms DT7000	1 set		
		Digital PABX	Panasonic KX TD 1232	1 unit		
		Compressor		3		
		Capasitor 001		3		
		8.	Software	B38 Microsoft Exchange 5.5	Microsoft	3
				CIS Modulate for Distance Learn		1 unit
				Microsoft Exchange Cal 5.5	Microsoft	20 user
				Microsoft office 2000	Microsoft	20 user
Modelling Module Distance				1 unit		
Natural Resource Database				1 unit		
Remote sensing Module Disntance				1 unit		
Windows NT 4.0 Cal	Microsoft			20 user		
License Windows NT Ver. 4.0	Software License NT 4.0			35 user		
Microsoft Office 97	Software Office 97			1 set		
Norton Anti Virus	Software Norton AV	1 set				
Windows 95	Softaware Win 95	1 set				
Windows NT Ver. 4.0	Software Win NT 4.0	5 user				

Sumber: Profil UPT Komputer Universitas Jember Tahun 2001

## Lampiran 16 Daftar Buku

No.	Kode	Judul
1.	Prog 001	Sidekick 2.0 User's Guide
2.	Prog 002	Borland Quattro Pro for Dos Ver. 5.0, User's Guide
3.	Prog 003	Borland Quattro Pro for Dos Ver. 5.0, Functions and Macros
4.	Prog 004	Wordstar 6.0 User Guide
5.	Prog 005	Fastape Software User Manual
6.	Prog 006	Micostat Dalam Praktek
7.	Prog 007	Panduan Microstat untuk mengolah data statistik edisi III
8.	Off 001	Running Microsoft Power Point for Win'95
9.	Off 002	Microsoft Excel/Visual Basic
10.	Off 003	Quick Course in Microsoft Power Point 97
11.	Off 004	Aplikasi Excel dalam statistik bisnis
12.	Off 005	Belajar sendiri microsoft word 6.0 for windows
13.	Win NT 001	Microsoft windows NT 4.0 server
14.	Win NT 002	Windows NT server 4.0
15.	Win NT 003	Microsoft windows NT 4.0 workstation
16.	Win NT 004	Dasar-dasar windows NT server, start here
17.	Win NT 005	Microsoft windows NT, hardware compatibility list
18.	Win NT 006	Microsoft windows NT server, start here
19.	Win 001	Microsoft windows 95
20.	Win 002	Windows 95, power tools edisi 3
21.	Win 003	Microsoft windows 95, resource kit
22.	Win 004	Windows 3.1
23.	Win 005	Introducing microsoft windows 95
24.	APP 001	Visio 4
25.	APP 002	Adobe photoshop 4.0
26.	APP 003	Belajar sendiri menggunakan word pro 96
27.	APP 004	Menggambar teknik dengan visio technical 4.1 for windows
28.	APP 005	Memakai corel photo paint 7
29.	APP 006	Memakai corel photo paint 8
30.	APP 007	Memakai corel draw 8
31.	NET 001	Panduan komunikasi modem
32.	NET 002	Panduan visual internet dengan wondows
33.	NET 003	Internet lewat mosaic dan World Wide Web
34.	NET 004	Menggambar teknik dengan visio technical 4.1 for windows
35.	NET 005	Plug-in WWW pembantu
36.	Hard 001	Technical reference for XT system
37.	Hard 002	Visi komputer untuk sistim robotik
38.	Hard 003	Tip dan trik mengelola hard disk
39.	Hard 004	Data sheet book 4
40.	Hard 005	Reparasi mikro komputer
41.	Hard 006	PC 97 hardware design guide
42.	Lain 001	Pengenalan komputer bagi pemula
43.	Lain 002	Paperport software user's guide
44.	Lain 003	Paperport software user's guide
45.	HP 001 - (1)	HP Deskscan II user's guide microsoft
46.	HP 002 - (1)	Installing the HP scanjet 4C scanner
47.	HP 003 - (1)	HP Laserjet 4
48.	HP 004 - (1)	HP Lasetjet 5P and 5MP printer user's as guide



No.	Kode	Judul
49.	HP 005 – 1 (1)	HP Laserjet 6P/6MP printer user's manual
50.	HP 005 – 2 (1)	HP Laserjet 6P/6MP printer user's manual
51.	3COM 001 (1)	SuperStack II PS Hub 40
52.	SCSI 001 – (1)	EZ-SCSI 4.0 L
53.	D-LINK 001 – (1)	DE-1800 series
54.	D-LINK 002 – (1)	DE-220 P
55.	D-LINK 003 – (1)	DE-960
56.	Hayes 001 – 1 (2)	Hayes communications guide
57.	Hayes 001 – 2 (2)	Hayes communications guide
58.	Hayes 002 – (1)	Hayes communications guide
59.	Adaptec 001 (1)	Adaptec 7800 family manager set
60.	Adaptec 002 (1)	AHA-1940 Ultra/2940 Ultrawide
61.	Compex arcnet 001 – 1 (6)	Anet 16 – 1A
62.	Compex arcnet 001 – 2 (6)	Anet 16 – 1A
63.	Compex arcnet 001 – 3 (6)	Anet 16 – 1A
64.	Compex arcnet 001 – 4 (6)	Anet 16 – 1A
65.	Compex arcnet 001 – 5 (6)	Anet 16 – 1A
66.	Compex arcnet 001 – 6 (6)	Anet 16 – 1A
67.	SMC Arcnet 001 – (1)	SMC Arcnet coax networks
68.	SMC Arcnet 002 – (1)	Arcnet – PC 130
69.	Vtech 001 – (1)	Platinum Pro NV/NT/NP/NS Series
70.	Manual Foxbase 001 – (1)	Microsoft Foxbase+
71.	VGA 001 – (1)	PCI VGA Card
72.	Seagate 001 – 1 (2)	540sl, 851sl, 1080sl, 1270sl
73.	Seagate 001 – 2 (2)	540sl, 851sl, 1080sl, 1270sl

Sumber: Profil UPT Komputer Universitas Jember Tahun 2001

## Lampiran 17 Daftar CD di UPT Komputer

No.	Kode	Judul
1.	001	Super compiler 2
2.	002	Millenium colection 4
3.	005	Adobe photoshop 5.0
4.	006	Internet surf
5.	007	Microsoft windows 97 full CD version
6.	008	3D design series 2
7.	009	Driver update 98
8.	010	Norton YTK 2000
9.	011	Manual books collection
10.	013	Microsoft office 2000 profesional edition
11.	014	Magnum installer 3
12.	015	Best manual book collection 2000
13.	016	Complete visual basic tools
14.	019	Learning windows NT 4 CD ROM tutorial for windows vol 2
15.	024	Novell netware 5
16.	025	Installer gold collection 99 volume 1
17.	026	Novell groupwise version 5
18.	027	Super power 6 for 95
19.	028	Autocad Libraries 99
20.	029	Handwriting fonts !
21.	030	Microsoft works & microsoft money for win 95
22.	031	Micro visual basic professional edition
23.	033	Internet surf 2
24.	034	Software king part 4
25.	035	NPI network solutions CD
26.	036	Christian clipart
27.	037	Professional CAD/CAM suite
28.	038	Engineering installer 97
29.	CD lagu	Rem Roadmovie
30.	OFF - 001	Microsoft office 2000 profesional edition
31.	NT - 001	Learning windows NT 4 certification (training series) Vol. 1
32.	NT - 002	Windows NT server ver 4.0
33.	NT - 003	Windows NT workstation ver 4.1
34.	NT - 004	Learning windows NT 4 certification (training series) vol. 1
35.	NT - 005	Learning windows NT 4 (user) vol. 3
36.	DRV - 001	Adaptec EZ-SCSI 4.0
37.	DRV - 002	Printer software for EPSON stylus color 1520
38.	DRV - 003	EPSON plot ! printing utility
39.	DRV - 004	Driver update '98
40.	DRV - 005	Creative software
41.	DRV - 006	3Com office connect
42.	NOV - 001	Novell netware 5
43.	NOV - 002	Novell groupwise ver. 5
44.	NOV - 003	Novell 4.11 intranetware
45.	WIN - 001	Microsoft works & microsoft money
46.	WIN - 002	Microsoft windows 98 full release
47.	WIN - 003	Microsoft operating system collection
48.	NET - 001	Hayesnet CD-ROM for internet
49.	NET - 002	NPI network solutions CD
50.	NET - 003	Chameleon hostlink 97
51.	NET - 004	AGP PCI bus video and graphics accelerator
52.	NET - 005	Access all areas
53.	NET - 006	Internet surf
54.	NET - 007	NPI network solutions CD
55.	NET - 008	Chameleon hostlink 97 (demo)

Sumber: Profil UPT Komputer Universitas Jember Tahun 2001



**Lampiran 18**  
**Daftar Peserta Pendidikan**

**I. Pendidikan Reguler**

No.	Fakultas	Semester Ganjil				Semester Genap			
		97/98	98/99	99/00	00/01	01/02	97/98	99/00	00/01
1.	Pertanian	-	-	-	-	79	27	24	
2.	Tek. Pertanian	-	-	-	254	25	100	40	
3.	Ekonomi	40	101	73	25	80	97	40	
4.	FKIP	129	126	89	88	20	71	-	
5.	Kedokteran Gigi	-	20	5	-	60	70	-	
6.	D3 Teknik	-	-	46	40	-	-	67	
7.	D3 Pajak	-	80	-	-	-	-	-	
8.	S2 Agronomi	-	-	-	21	-	-	-	
	Jumlah	169	327	213	428	264	365	171	
	Rata-rata		284.25				266.67		

**II. Pendidikan Non-Reguler**

**A. Jumlah Kelas**

No.	Jenis Program	Nama Program	Tahun				Rata-rata	Jumlah
			1998	1999	2000	2001		
1.	Aplikasi Program	Microsoft Word	39	19	13	8	19,75	79
		Microsoft Excel	16	12	8	8	11,00	44
2.	Pemrograman	Turbo Pascal	1	-	-	-	0,25	1
		Clipper	1	-	-	-	0,25	1
		Visual Basic	-	-	-	2	0,50	2
	Jumlah		57	31	21	18	31,75	127

**B. Jumlah Peserta Pendidikan Non-Reguler**

No.	Fakultas	Tahun				Rata-rata	Jumlah
		1998	1999	2000	2001		
1.	Fakultas Sastra	35	40	29	21	125	125
2.	Fakultas Ekonomi	193	165	84	51	493	493
3.	Fakultas Hukum	106	73	67	45	291	291
4.	Fakultas Pertanian	113	115	108	64	400	400
5.	FKIP	91	98	51	50	290	290
6.	Fakultas Teknologi Pertanian	23	41	27	52	143	143
7.	FISIP	63	91	68	30	252	252
8.	Fakultas Kedokteran Gigi	1	17	9	15	42	42
9.	Jumlah	625	642	444	344	514	2.055

Sumber: Profil UPT Komputer Universitas Jember Tahun 2001

## Lampiran 19 Jumlah Mahasiswa Pengguna Self Access

No.	Fakultas	Bulan											
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agst	Sep	Okt	Nop	Des
<b>I. Tahun 1999</b>													
1.	Ekonomi	45	60	63	40	55	70	40	35	43	75	73	60
2.	FKIP	70	85	88	65	80	95	65	60	68	100	98	85
3.	FISP	60	75	78	55	70	85	55	50	58	90	88	75
4.	Pertanian	102	86	89	66	81	96	66	61	69	101	99	86
5.	Sastra	45	60	63	40	55	70	40	35	43	75	73	60
6.	Hukum	45	60	63	44	55	70	40	37	43	75	73	60
7.	Teknologi Pertanian	73	88	91	68	83	98	68	63	71	103	101	88
8.	FKG	32	47	50	27	46	57	27	22	30	62	60	47
9.	MIPA	29	44	47	24	39	54	24	19	27	59	57	44
	Jumlah	501	605	632	429	564	695	425	382	452	740	722	605
<b>II. Tahun 2000</b>													
1.	Ekonomi	45	60	63	40	55	70	40	35	43	75	73	60
2.	FKIP	68	83	86	63	74	93	63	56	66	98	99	83
3.	FISIP	34	49	52	29	40	59	29	24	33	64	62	49
4.	Pertanian	76	91	94	71	86	101	70	66	74	106	104	91
5.	Sastra	36	51	54	31	46	61	31	26	34	66	64	51
6.	Hukum	28	43	46	27	38	53	23	20	26	58	56	43
7.	Teknologi Pertanian	60	75	78	55	70	85	55	50	58	90	88	75
8.	FKG	14	29	32	9	28	39	9	4	12	44	42	29
9.	MIPA	18	33	36	13	28	43	13	8	16	48	46	33
	Jumlah	379	514	541	338	465	604	333	289	362	649	634	514
<b>III. Tahun 2001</b>													
1.	Ekonomi	63	78	81	58	73	88	27					
2.	FKIP	82	97	100	77	92	107	18					
3.	FISIP	54	69	75	49	62	77	12					
4.	Pertanian	74	89	92	69	84	99	21					
5.	Sastra	40	55	60	35	50	65	8					
6.	Hukum	33	46	51	28	43	58	7					
7.	Teknologi Pertanian	64	79	82	59	74	89	37					
8.	FKG	18	33	36	13	28	43	-					
9.	MIPA	41	53	58	31	49	64	23					
	Jumlah	469	599	635	419	555	690	153					
	Rata-rata	450	573	603	395	528	663	304	336	407	695	678	560

Sumber: Profil UPT Komputer Universitas Jember Tahun 2001



Lampiran 20

## Komposisi Mahasiswa UNEJ Tahun 2001-2002

No.	FAKULTAS	STRATA	MAHASISWA		
			L	P	TOTAL
1.	Hukum	S1	777	540	1317
2.	Fisip	S1	666	691	1357
	- Magister Adm.Publik	S2	71	13	84
	- Ekstension	S1	113	118	231
	- D3 Fisip	S0	331	340	671
3.	Pertanian	S1	441	705	1196
	- Magister Agribisnis	S2	34	18	52
4.	Ekonomi	S1	1048	927	1475
	- Magister Manajemen	S2	226	46	272
	- Ekstension	S1	301	242	543
	- D3 Ekonomi	S0	583	1015	1546
5.	FKIP	S1	447	1154	1601
	- Penyetaraan	S1	17	-	17
	- Penyetaraan PGSD	S0	413	646	1059
	- Akta IV	S1	-	-	-
6.	Sastra	S1	347	442	789
	- D3 Sastra Inggris	S0	130	213	343
7.	Teknologi Pertanian	S1	387	331	718
8.	Kedokteran Gigi	S1	187	577	764
9.	MIPA	S1	227	357	584
10.	PSPD	S1	67	112	179
11.	D3 Teknik	S0	318	59	377

Sumber : Data Tahunan Bagian Sistem Informasi dan Perencanaan Universitas Jember, Tahun 2001

Lampiran 21

**REKAPITULASI JUMLAH PESERTA PENDIDIKAN IRREGULER/ KURSUS KOMPUTER SEMESER GANJIL 2001-2002 GEL. III PEJODE OKTOBER S/D NOVEMBER 2001**

PROGRAM	Kelas	FAKULTAS											JUMLAH		
		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI			
MS WORD	A	0	1	5	1	2	2	0	0	3	0	0	0	0	14
	B	0	4	3	0	1	3	0	0	1	0	0	0	0	12
	C	5	5	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	13
	D	2	2	5	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	12
	E	1	0	9	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	13
MS EXEL	A	2	1	0	1	1	5	1	0	0	0	0	0	0	11
	B	1	0	2	1	0	0	8	2	0	0	0	0	0	14
	C	1	2	0	2	0	3	4	0	0	0	0	0	0	12
	D	2	1	1	2	0	7	0	0	0	0	0	0	0	13
JUMLAH		14	16	25	9	7	21	13	3	6	0	0	0	114	

Sumber: UPT Komputer Universitas Jember Tahun 2001

Keterangan :

- I = Fakultas Sastra
- II = Fakultas Hukum
- III = Fakultas Ekonomi
- IV = FISIP
- V = FKIP
- VI = Fakultas Pertanian

VII = Fakultas Teknik Pertanian

VIII = FKG

IX = MIPA

X = Program Studi Pendidikan Dokter

XI = DIII Tehnik





UPT PUSAT KOMPUTER

Alamat : Jl. Kalimantan No. 37 Kampus Tegal boto  
Telp : (0331) - 331042 - Email:puskom@jember.wasantara.net.id  
Jember 68121

Nomor : 256/J25.5.2/TU.9/2001  
Lamp : -  
Perihal : *Permohonan Ijin Penelitian.*

29 September 2001

Kepada : Yth. Sdr. Novita Dwi Wulandari  
NIM. 98 - 1227  
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember  
di  
J e m b e r.

Memperhatikan surat Ketua Lembaga Penelitian Nomor: 1132/J.25.3.1/PL.5/2001  
Tanggal 15 September 2001 tentang Permohonan Ijin Penelitian.

Bersama ini kami ijinkan Penelitian mahasiswa :

Nama / Nim	: NOVITA DWI WULANDARI/ 98-1227
Fakultas/ Jurusan	: Ekonomi/ Manajemen
Alamat	: Jln. Bangka Raya No. 15 Jember
Judul Penelitian	: Analisis Sikap Konsumen Terhadap Jasa Yang Ditawarkan oleh UPT Komputer Universitas Jember di Jember
Lokasi	: UPT Komputer Universitas Jember
Lama Penelitian	: 4 (empat) Bulan. Sejak tanggal 1 Oktober 2001 s/d 31 Januari 2002

Demikian atas perhatiannya disampaikan terima kasih.



Kepala,

IR. HERU ERNANDA, MT  
NIP. 131 625 734

Tembusan Kepada Yth.

1. Ketua Lembaga Penelitian Universitas Jember