

### BAB III

#### PENYAJIAN DATA

#### A. Deskripsi Subyek dan Lokasi Penelitian

##### 1. Deskripsi Subyek Penelitian

Karakteristik responden dalam kuesioner akan memperlihatkan latar belakang responden yang meliputi, usia, jenis kelamin, status pernikahan, tingkat pendidikan, lama bekerja, dan departemen dari responden. Berikut adalah hasil tabulasi data usia responden.

Tabel 3.1  
Tabulasi data usia responden

		Frequency	Percent
Valid	1. < 25 tahun	11	23.3
	2. 25-30 tahun	25	53.4
	3. 31-35 tahun	7	14.7
	4. 36-40 tahun	4	8.3
	5. > 40 tahun	0	0
	Total	47	100.0

N=47

Dari hasil tabulasi tersebut menunjukkan bahwa terdapat frekuensi yang jauh bedanya antara usia <25, 25-30, 31-35, 36-40 yaitu 11 responden yang usia <25, 25 responden yang usia 25-30, 4 responden yang usia 36-40 dan tidak ada responden yang usia >40. Berikut adalah hasil tabulasi data jenis kelamin responden.

Tabel 3.2  
Tabulasi data jenis kelamin responden

		Frequency	Percent
Valid	1.pria	31	65.8
	2.wanita	16	34.2
	Total	47	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan bahwa frekuensi responden usia laki-laki lebih besar dengan frekuensi 31 responden dibandingkan dengan responden jenis kelamin perempuan yang hanya 16 responden. Berikut adalah hasil tabulasi data status pernikahan responden.

Tabel 3.3  
Tabulasi Data Status Pernikahan Responden

		Frequency	Percent
Valid	1. Menikah	28	59.1
	2. Belum Menikah	18	38.3
	Total	47	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi responden yang telah menikah lebih besar dengan frekuensi 28 responden, dibandingkan dengan responden yang belum menikah dengan frekuensi responden sebanyak 18 responden. Berikut adalah hasil tabulasi data lama bekerja responden.

Tabel 3.4  
Tabulasi Data Lama Bekerja Responden

		Frequency	Percent
Valid	1. <1 tahun	16	34.3
	2. 1-5 tahun	17	36.3
	3. 6-11 tahun	9	19.6
	4. 12-16 tahun	3	6.9
	5. 17-21 tahun	1	2.6
	6. > 21 tahun	1	2.6
	Total	47	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan bahwa frekuensi terbesar lama bekerja responden yaitu lama bekerja antara 1-5 tahun sebanyak 17 responden kemudian antara <1 tahun sebanyak 16 responden, 6-11 tahun 9 responden,

12-16 thun 3 responden dan 17-21 dan >21 tahun hanya 1 responden. Berikut adalah hasil tabulasi data departemen dari responden.

Tabel 3.5  
Tabulasi Data Pendidikan Responden

		Frequency	Percent
Valid	1. SLTP	0	0
	2. SLTA	4	8.3
	3. D1-D3	15	31.6
	4. S1	25	53.4
	5. S2	5	10.9
	Total	47	100.0

N=47

Hasil tabulasi pada tingkat pendidikan responden menunjukkan bahwa frekuensi tingkat SLTA jauh lebih sedikit dengan frekuensi sebanyak 4 responden dan SLTP 0 responden, dibandingkan dengan frekuensi responden pada tingkat pendidikan, D1-D3, S1 dan S2. Berikut adalah hasil tabulasi data lama bekerja responden.

Tabel 3.6  
Tabulasi Data Departemen Responden

		Frequency	Percent
Valid	1. Marketing/Sales	37	78.4
	2. Administrasi	10	21.6
	Total	47	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan frekuensi sebanyak 37 responden merupakan karyawan dari departemen marketing/sales, dan sisanya 10 responden adalah dari departemen administrasi.

## 2. Profil PT. Infomedia Nusantara

Sekilas tentang PT. Infomedia Nusantara. Tahun 1975 merupakan awal perjalanan usaha PT Infomedia Nusantara menjadi perusahaan pertama penyedia layanan informasi telepon di Indonesia. Di bawah subdivisi Elnusa GTDI dari anak perusahaan Pertamina, Infomedia telah menerbitkan Buku Petunjuk Telepon Telkom Yellow Pages.

Perkembangan yang tercatat selanjutnya adalah berdirinya PT Elnusa Yellow Pages di tahun 1984 yang berubah nama di tahun 1995 menjadi PT Infomedia Nusantara pada saat PT Telkom Tbk menanamkan investasi. Untuk mendukung implementasi Good Corporate Governance dalam setiap aspek kegiatan perusahaan, Infomedia telah mengeluarkan kebijakan pedoman tata kelola perusahaan di tahun 2008 ini. Jadi untuk saat ini PT. Infomedia Nusantara merupakan anak perusahaan dari PT. Telekomunikasi Indonesia<sup>74</sup>.

Saat ini Infomedia telah berkembang menjadi 3 (tiga) pilar bisnis untuk memenuhi besarnya tuntutan masyarakat akan jasa informasi. Layanan Direktori merupakan pilar pertama yang akan menjadi bukti kematangan usaha Infomedia dalam bisnis jasa penyedia informasi melalui penerbitan Buku Petunjuk Telepon (BPT), baik dalam bentuk cetak maupun elektronik. Layanan Contact Center menyediakan jasa outsourcing untuk aktivitas pemasaran maupun peningkatan kualitas layanan hubungan antara mitra Infomedia dengan pelanggannya.

---

<sup>74</sup> HRD Infomedia Nusantara Surabaya

Layanan Konten yang terfokus pada penyediaan data sesuai kebutuhan mitra dan pelanggan.<sup>75</sup>

#### 1. Alasan Memilih Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis memilih PT Infomedia Nusantara Tbk Yellow Pages Operation Surabaya sebagai objek penelitian. Alasan-alasan penulis dalam memilih PT Infomedia Nusantara Tbk Yellow Pages Operation sebagai objek penelitian adalah, karena PT Infomedia Nusantara Tbk Yellow Pages Operation Surabaya grup perusahaan PT Infomedia Nusantara Tbk yang secara rutin melakukan aktivitas *regular meeting*. Kegiatan *regular meeting* tersebut berlangsung secara rutin, setidaknya satu kali dalam setiap minggu. Oleh karena itu penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian in

#### 2. Logo infomedia Nusantara



Tulisan Infomedia berwarna biru lower case, huruf "I" pertama diperkaya dengan sembilan titik, delapan berwarna merah dan satu berwarna biru.

Logo Infomedia tersebut merefleksikan :

- a. Jenis huruf Avant- Garde Bold

---

<sup>75</sup> Database PT. Infomedia Nusantara, Surabaya bagian SDM

Mencerminkan kematangan pengalaman dan terpercaya (kredibel & kokoh).

b. Warna Biru

Memberikan gambaran kematangan, hightech dan inovatif.

c. Lower Case

Menunjukkan kesan akrab dan bersahabat.

d. Nilai Visioner

Berupa taburan 9 butir benih yang memancarkan kehangatan, bernas mengandung vitalitas bagi kemanusiaan, tersusun bagaikan berlian melambangkan kesempurnaan dalam pemberian pelayanan.

e. Jumlah Sembilan titik (satu biru dan delapan merah)

Melambangkan kekayaan daya cipta karena dalam sistem numerik angka 9 adalah angka yang tertinggi, dimana selalu ada ide-ide baru untuk memberikan total solusi kepada pelanggan & masyarakat.

Secara keseluruhan value identitas korporat Infomedia adalah :

**"Mature, Kredibel, Kompeten, Kokoh, Bersahabat, Dinamis,  
Canggih".**

Sementara logo sebelumnya yaitu Walking Finger atau jari berjalan (berwarna hitam) di atas Buku Yellow Pages berwarna kuning, tetap digunakan sebagai logo produk unggulan yaitu Panduan Informasi Belanja Yellow Pages dan pilar bisnis Directory Services Infomedia.

3. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan Misi PT. Infomedia Nusantara adalah :

Visi

Menjadi, penyedia jasa layanan informasi yang utama di kawasan regional

Misi

Memberikan produk dan layanan yang terbaik untuk meningkatkan nilai tambah bagi pelanggan <sup>76</sup>.

Commitment :

a. Untuk pelanggan :

Memberikan produk dan layanan yang terbaik dan berkualitas dengan menjadi penghubung antar pelanggan dan dunia melalui jasa layanan terdepan dalam hal informasi dan komunikasi.

1) Untuk pekerja :

Memberikan kesempatan untuk belajar, bertumbuh dan memiliki masa depan yang lebih baik.

2) Untuk pemilik saham :

Menyediakan kesempatan untuk pertumbuhan nilai.

3) Untuk masyarakat :

Menjadi mitra lingkungan yang baik dan menjunjung nilai moral.

4. Layanan-layanan di PT. Infomedia Nusantara

a. Layanan Directory

Merupakan pilar pertama yang akan menjadi bukti kematangan usaha Infomedia dalam bisnis jasa penyedia informasi melalui penerbitan Buku Petunjuk Telepon (BPT), baik dalam bentuk cetak maupun elektronik. Penyediaan informasi dalam bentuk direktori cetak dan elektronik yang

---

<sup>76</sup> ibid

memuat tentang informasi bisnis dan residensial termasuk didalamnya nama, alamat, nomor telepon, faksimili, email, situs, kontak perusahaan, jenis usaha, informasi produk dan jasa, dan lain-lain.

b. Layanan Contact Center

Dengan pelanggannya dalam suatu jalinan bisnis jangka panjang yang saling Layanan Contact Center menyediakan jasa outsourcing untuk aktivitas pemasaran maupun peningkatan kualitas layanan hubungan antara mitra Infomedia dengan pelanggannya. Infomedia Contact Center merupakan sebuah unit bisnis dari PT Infomedia Nusantara yang berkembang pesat, yang menyediakan jasa alih kelola (outsourcing) layanan contact center dengan standar kualitas terbaik di Indonesia. Kami sebagai partner bisnis selalu berupaya meningkatkan kualitas komunikasi klien menguntungkan.

c. Layanan Konten

Terfokus pada penyediaan data sesuai kebutuhan mitra dan pelanggan. Produk Konten Infomedia berusaha memberikan layanan dalam hal sumber data, pengakuisisian data, pengolahan dan pemeliharaan data yang dapat memberi nilai tambah bagi setiap pelanggan.

5. Produk Perusahaan

Jenis produk yang dikeluarkan PT. Infomedia Nusantara dijelaskan sebagai berikut :

a. *Yellow Pages*

Yellow Pages merupakan layanan direktori yang menghadirkan kelengkapan informasi produk dan jasa yang disusun berdasarkan

klasifikasi usaha. Keunggulan Yellow Pages dibandingkan media cetak lainnya di antaranya Yellow Pages sebagai media direksional yang digunakan oleh orang siap membeli, mudah digunakan dan terdokumentasi selama 365 hari, serta harga iklan yang ditawarkan sudah termasuk jasa iklan oleh tim desain grafis Infomedia. Disamping itu Yellow Pages juga menyediakan berbagai informasi penting yang sering diperlukan oleh masyarakat seperti Peta wisata, Jalur trans Jakarta, Entertainment dan Life style.

*b. White Pages*

Buku Petunjuk Telepon (BPT) White Pages mulai dikenal sebagai halaman putih yang merupakan halaman informasi yang memuat nama para pelanggan telepon PT. Telkom, Tbk, baik residensial, lembaga Negara, departemen atau non departemen, dan perusahaan-perusahaan yang disusun secara abjad (*alphabetical*). Selain itu, White Pages juga memuat informasi layanan umum seperti produk dan layanan PT. Telkom, Tbk, Informasi jadwal kereta, Lokasi ATM, Agen perjalanan, Tempat penukaran uang, Perusahaan ISO, Panduan belanja, dll.

*c. Sepecial Direktori*

Direktori khusus adalah direktori yang diterbitkan berdasarkan segmen industri dan komunitas tertentu. Direktori ini diterbitkan sekali dalam setahun. Beberapa contoh berdasarkan segmen industri adalah Direktori Otomotif, Bahan Bakar dan Gas, Perlengkapan Bangunan, Berita dan Kesehatan. Sedangkan segmen komunitas adalah Direktori Ikatan Alumni UGM dan Ikatan Alumni Jurusan Elektro ITB.

*d. Yellow Pages Saku*

Yellow Pages Saku adalah Direktori yang memuat informasi pariwisata dan dikemas dalam ukuran saku sehingga mudah dibawa kemana-mana. Yellow pages saku diterbitkan dua kali dalam setahun dan didistribusikan di Hotel, Restoran, Kafe, Bandara, Pusat perbelanjaan, Biro perjalanan, dan Lokasi-lokasi pariwisata.

*e. Info Mudik*

Info Mudika adalah panduan informasi lengkap sekitar kegiatan mudik mulai dari peta perjalanan mudik, tips mudik, dan tempat-tempat peristirahatann selama perjalanan mudik. Info mudik terbit menjelang hari raya setiap tahun dan didistribusikan di posko utama Telkom Mudik (Pelabuhan Merak, Masjid Itje Tasikmalaya, Masjid Anur Comal, RM Saradan Madiun, RM Duta Ngawi, RM Kalijaga Losari, SPBU Ciamis, RM Utama Caruban, RM Tongas Asri Probolinggo, Pelabuhan Gilimanuk) dan setiap pintu tol jalur mudik.

*f. Tabloid*

Tabloid Yellow Pages adalah media informasi yang diterbitkan setiap bulan, yang berisi informasi bisnis, dan kawasan. Konsep produk ini adalah sebagai bacaan ringan yang bermutu dengan tata desain grafis seperti majalah atau tabloid. Dimana memudahkan untuk dibawa dan lebih menyenangkan untuk dibaca.

*g. Halo Yellow*

PT. Infomedia Nusantara juga menyediakan akses Yellow Pages melalui bantuan operator, (021) 7917-8108 & Layanan Customer Care

Infomedia : 500057. Berbagai informasi dapat diperoleh, mulai dari nomor telepon hotel berbintang sampai bengkel berdasarkan lokasi yang yang dibutuhkan

*h. CD-Room Yellow Pages*

Berbagai kemudahan dalam mengakses informasi terus kami kembangkan sesuai dengan perkembangan teknologi masa kini. Data dan informasi yang kami miliki dikemas dalam bentuk CD, sehingga mudah dan cepat diakses oleh masyarakat.

Terdapat tiga jenis CD sudah kami terbitkan, yaitu :

1) Yellow Pages CD-ROM PIB (Panduan Informasi Bisnis)

Merupakan akses Yellow Pages dalam bentuk CD dan dapat diperoleh secara gratis; Yellow Pages CD-ROM Jakarta Belanja, Jakarta Industri dan Niaga, Surabaya, Batam, Medan, Semarang, Yogyakarta, Bandung, Makassar, dan Bali.

2) Yellow Pages CD-ROM Bisnis

Layanan ini sangat tepat bagi kebutuhan para pebisnis dalam mencari pelanggan baru, promosi, mencari vendor, maupun penciptaan pasar.

Keunggulannya: jangkauan database nasional, memiliki 470.000 daftar alamat perusahaan yang terbagi dalam 3000 klasifikasi usaha, serta memiliki 700 informasi asosiasi.

3) Power Bisnis

Berisikan informasi bisnis, khususnya perusahaan-perusahaan besar lengkap dengan kantor cabangnya yang berada diseluruh

Indonesia. Tingkat kedalaman power bisnis dari informasi identitas perusahaan, informasi financial dan informasi kontak orang dari perusahaan tersebut. Dilengkapi dengan fitur-fitur yang dapat menunjang aktifitas marketing perusahaan anda.

*i. Yellow Pages Online*

Layanan Direktori online terlengkap di Indonesia. Informasi perusahaan dan produk dapat diakses selama 24 jam sehari. Dengan total hits 12.000.000/ bulan atau 4000.000/ hari dan page views 4.300.000/ bulan yang terus bertambah secara signifikan dan 36.65% pengakses berasal dari manca Negara.

Layanan Yellow Pages Online meraih penghargaan sebagai situs terbaik tahun 2004-2005 versi majalah computer aktif dalam kategori Berita, Media, dan Informasi.

Layanan Yellow Pages Online antara lain:

1) [www.yellowpages.co.id](http://www.yellowpages.co.id)

[www.yellowpages.co.id](http://www.yellowpages.co.id) adalah situs pencarian terlengkap untuk direktori bisnis yang terdiri dari 700.000 data, terbagi dalam 3.000 klasifikasi bisnis.

Keunggulanya : *Pertama, Welcome Page* menyediakan *search box* berdasarkan merek, kategori, dan nama perusahaan yang memudahkan pengunjung dalam melakukan pencarian untuk mendapatkan hasil yang tajam dan akurat. *Kedua, Memiliki Search Result* yang memberikan informasi secara detail dan

dilengkapi *refine search* untuk memudahkan pengunjung dalam memfilter hasil pencarian data.

## 2) Web Development

PT. Infomedia Nusantara telah membangun dan mengelola lebih dari 700 website perusahaan diseluruh Indonesia, memberikan layanan jasa pembuatan website secara profesional dapat digunakan untuk memperkenalkan dan mempromosikan perusahaan maupun produk anda keseluruh dunia.

Keunggulanya : *Pertama*, akses cepat, infrastruktur dan jaringan akses yang memadai. *Kedua*, desain tampilan yang atraktif, komunikatif dan interaktif. *Ketiga*, kesempatan berpromosi keseluruh dunia karena terhubung dengan situs [www.yellowpages.co.id](http://www.yellowpages.co.id) yang memiliki jumlah hits lebih dari 9 juta pengunjung perbulan dari 35% pengunjung berasal dari luar negeri.

## 3) [www.yptrading.co.id](http://www.yptrading.co.id)

[www.yptrading.co.id](http://www.yptrading.co.id) adalah sebuah layanan online yang dibangun untuk pengusaha dan juga masyarakat, para pembeli, dimana layanan ini bisa menampilkan perusahaan dengan berbagai produk dan jasa sehingga akan lebih mencari barang apapun yang dibutuhkan.

Keunggulannya : Selain sebagai media untuk mempertemukan antara penjual dan pembeli, pengusaha juga dapat melakukan

aktifitas promosi yaitu dengan pemasangan iklan, dimana dapat membuat tampilan perusahaan dan gambar produk menarik yang setiap saat dapat dilakukan sendiri perubahannya sehingga selalu tampil up to date. [www.yptrading.co.id](http://www.yptrading.co.id) juga memberikan kemudahan bagi penggunaannya karena memiliki fasilitas komunikasi e-mail dan sms yang siap 24 jam menjadi kurir atau pengiriman barang sesuai order atau pesanan.

4) [www.infojajan.com](http://www.infojajan.com)

Info jajan akan membantu anda mendapatkan informasi dan wawasan kuliner yang diperlukan sehingga anda dapat merasakan pengalaman yang berbeda dalam wisata kuliner yang anda tampilkan. Sebagai sumber referensi yang terpercaya yang ingin anda baca, panduan dalam website info jajan menawarkan pilihan yang cerdas untuk data segala restoran dan sumber kuliner yang ada di pusat perbelanjaan, hotel, serta tidak terlepas rekomendasi dari user untuk tempat-tempat menarik sampai kelilingan kaki lima.

5) [www.mainkan.com](http://www.mainkan.com)

Infomedia meluncurkan game online bersifat MMORPG (massively multiplayer online role-playing game) dan merupakan game online pertama di Indonesia yang berbasis web. Pemain tidak perlu download seperti game MMORPG lainnya. Saat ini game yang tersedia adalah MIU.

*j. Yellow Pages Mobile*

Bagi anda yang memiliki mobilitas tinggi, kami menyediakan layanan direktori baik nomor telepon residensial maupun bisnis yang dapat diakses melalui ponsel. Cukup dengan mengirimkan SMS ke 8108, informasi yang anda butuhkan akan segera anda terima.

*k. Direct Mail*

Layanan Direct Mail dapat digunakan untuk mengkomunikasikan produk melalui brosur atau catalog kepada konsumen atau calon konsumen. Disamping itu kami juga melayani pengiriman tagihan dan reminding latter kepada konsumen anda dengan menggunakan teknologi ESP ( Enhancement Security Printing), ESC ( Enhancement Security Courier), dan GPS (Global Positioning System).

*l. Yellow Pages Mobile promotion*

Yellow Pages Mobile Promotion merupakan layanan media promosi luar ruang bergerak yang dinamis, modern, dan fleksibel.

6. Tata Nilai perusahaan

Ada beberapa tata nilai yang terkandung dalam PT. Infomedia Nusantara ini, yaitu :

a. Customer First

Selalu mengutamakan pelanggan internal maupun eksternal.

- 1) Mendahulukan kepentingan pelanggan setiap waktu secara bijak.
- 2) Memberikan yang terbaik untuk keinginan pelanggan.
- 3) Meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan.

b. Collaborative Innovation

Bekerja sama dalam meningkatkan dan mengembangkan proses dari hasil kerja guna member nilai tambah bagi perusahaan.

- 1) Mendayagunakan semua sumber daya yang ada dalam hubungan kerjasama yang saling percaya.
- 2) Terus menerus meningkatkan dan mengimplementasikan pengetahuan kedalam lingkup kerjanya.
- 3) Member nilai tambah pada setiap prose kerja.

c. Co- creation of win- win partnership :

Meningkatkan kualitas relasi dengan mitra kerja untuk mencapai sasaran bersama.

- 1) Memahami peran dan tanggung jawab sebagai anggota organisasi
- 2) Menjalin koordinasi kerja secara efektif
- 3) Merumuskan sasran bersama

d. Caring Meritocracy :

Memberikan penghargaan sesuai dengan kinerja dan perilaku yang bersangkutan.

- 1) Mengembangkan diri secara positive
- 2) Memberikan penghargaan dan perhatian secara individual
- 3) Memberikan penghargaan sesuai kinerja

e. Commitment to Long Term :

Kemampuan dan kemauan menyelaraskan perilaku untuk mendukung keberlangsungan bisnis.

- 1) Menunjukkan tanggung jawab terhadap pekerjaan untuk menjaga keberlangsungan bisnis perusahaan
- 2) Mendukung pencapaian target perusahaan
- 3) Menyelaraskan perilaku dengan tata kelola kebijakan perusahaan

#### 7. Pemilik Saham di PT. Infomedia Nusantara

Adapun pemilik saham di PT. Infomedia Nusantara terdiri dari dua pihak yaitu:

TELKOM	:	51 %
METRA	:	49 %
Total	:	100%

	<p><b>TELKOM</b></p> <p>PT Telekomunikasi Indonesia Tbk., yang selanjutnya disebut TELKOM atau Perseroan, merupakan perusahaan informasi dan komunikasi (InfoCom) serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap (full service and network provider) yang terbesar di Indonesia. TELKOM menyediakan jasa telepon tetap kabel (fixed wire line), jasa telepon tetap nirkabel (fixed wireless), jasa telepon bergerak (mobile service), data &amp; internet serta jasa multimedia lainnya, dan network &amp; interkoneksi, baik secara langsung maupun melalui perusahaan asosiasi.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>METRA</p> <p>PT Multimedia Nusantara (METRA) merupakan perusahaan holding yang merupakan anak perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) yang bergerak di bidang telco adjacent industries. Saat ini bisnis METRA mencakup data communication services melalui VSAT, e-payment, software development, IT Services &amp; Managed Services, portal, e-coommerce, call center dan directory services, serta pay TV.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

8. Penghargaan yang diperoleh PT. Infomedia Nusantara.<sup>77</sup>

- a. Penghargaan Top 10 E-Corp Award 2009 dari Majalah SWA
- b. Layanan Contact Center Infomedia memperoleh penghargaan TOP Outsourcer Awards 2009 dari [www.ContactCenterWorld.com](http://www.ContactCenterWorld.com)
- c. Contact Center PT Telekomunikasi Indonesia menerima Penghargaan Contact Center Top Performer Award 2009 dari [www.ContactCenterWorld.com](http://www.ContactCenterWorld.com) untuk kategori Best Outsourcing Partnership.
- d. Contact Center Infomedia menerima penghargaan Best Contact Center Awards 2009 dari ICCA (Indonesia Call Center Association) dalam kategori :
  - 1) Best Operational Contact Center (Company Category) :  
Gold position

<sup>77</sup> <http://www.infomedianusantara.co.id>, 2011/2/22

- 2) Best Business Contribution (Company category) : Gold position
  - 3) Best Technology Innovation (Company Category) : Bronze position
  - 4) Best Manager above 100 seats (Individual Category) = Bronze position (by Derry Darana M - Business Support Contact Center Telkom Manager).
- e. Contact Center Sony Ericsson menerima Penghargaan Call Center Performance Management (CCPM) Award dan Call Center Award 2009.
- f. Contact Center Infomedia menerima penghargaan dalam Call Center Service Excellent Index (CCSEI) 2009 dari Carre (Center for Customer Satisfaction & Loyalty) dalam kategori :
- 5) Banking : Call Center Bank CIMB Niaga, BNI Call, Halo Bukopin, Lippo Bank
  - 6) Telecommunication : Telkom 147
  - 7) Mobile Phone : Telkom 147
  - 8) Airlines : Garuda Call Center
  - 9) Public Service : Jasa Marga
- g. Layanan Contact Center Infomedia memperoleh penghargaan TOP Outsourcer Awards 2008 dari [www.ContactCenterWorld.com](http://www.ContactCenterWorld.com) untuk kategori inbound dan outbound.
- h. Penghargaan Superbrand untuk korporat Infomedia tahun 2008 – 2009.

- i. Penghargaan Top Performa IT dari Majalah CIO - 100 Honouree Asia 2008.
- j. Penghargaan Performa Phone Banking : 2 consecutive years ( Bank Niaga & Bukopin) 2008.
- k. Sertifikasi ISO 9001 : 2000 untuk Penerapan Sistem Manajemen Mutu atas Layanan Call Center Telkom area Medan, Jakarta dan Surabaya 2008.
- l. Sertifikasi ISO 9001:2000 untuk Call Center Telkomsel dari TUV Nord Indonesia 2007.
- m. Penghargaan Superbrand untuk korporat Infomedia tahun 2005 – 2006.
- n. Penghargaan Superbrand untuk Directory Services tahun 2005-2006.
- o. Resertification ISO 9001: 2000 tahun 2007, SGS, sistem manajemen mutu.
- p. Penghargaan CC Telkomsel TUV Nord, Quality Management System.
- q. Outstanding Performance, Excellence Workmanship, and Best Overall Achievement 2006; 3 consecutive years (Sonny Ericsson).
- r. Call Center Level Awards 2005 (Bank Niaga)
- s. Performance Phone Banking Awards; 2 consecutive years (Bank Niaga & Bukopin)
- t. Call Center Service Excellence 2006 : (Telkom 147, Garuda Indonesia, Pelni, PLN, and Sonny Ericsson).

- u. Situs terbaik dari BUBU Award, tahun 2004 – 2005
- v. Peringkat ke-4 terbaik dari 17 bank di Indonesia berdasarkan hasil survey Call Center Service Excellence Index oleh Center for Customer Satisfaction and Loyalty (CCSL) bekerja sama dengan Majalah Marketing untuk call center Bank Niaga : 12 April 2007.
- w. Peringkat ke-1 untuk Phone Banking Machine (IVR) berdasarkan Banking Service Excellence 2006-2007 hasil survey MRI bekerjasama dengan Majalah InfoBank untuk Call Center Bank Niaga : 22 Mei 2007.
- x. Call Center Bank Niaga received The best Phone Banking Machine (IVR) based on survey result MRI cooperated InfoBank Magazine.
- y. Peringkat ke-9 terbaik dari 17 bank di Indonesia berdasarkan hasil survey Call Center Service Excellence Index oleh Center for Customer Satisfaction and Loyalty (CCSL) bekerja sama dengan Majalah Marketing untuk Call Center Bank Bukopin tahun 2007
- z. Banking Service Excellence Award 2006-2007: sebagai Peringkat 7 Performa Terbaik Phone Banking Officer dan Peringkat 5 Performa Terbaik Phone Banking Mesin (IVR) dari majalah InfoBank bekerjasama dengan Marketing Research Indonesia (MRI) untuk Call Center Bank Bukopin tahun 2007.
- aa. The Best Infrastructure Design Call Center 2007 berdasarkan ajang The Best Call Center 2007 oleh ICCA (Indonesia Call Center Association) untuk Call Center Pertamina tahun 2007.

bb. SERTIFIKASI ISO 9001 : 2000 TUV Nord Indonesia untuk Call Center Telekomunikasi Seluler tahun 2007



9. Bakti peduli masyarakat dan Negara

Menjadi tanggung jawab moral perusahaan terhadap masyarakat luas untuk terlibat dalam kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) melalui program-program sosial yang bermanfaat bagi karyawan internal maupun lingkungan eksternal.

Adapun bentuk-bentuk program dari PT. Infomedia Nusantara diantaranya:

Beasiswa Infomedia

Sebagai wujud kepedulian social, Korporat Infomedia bekerja sama dengan Badan Dakwah Islam (BDI) Infomedia menyelenggarakan program beasiswa pendidikan untuk anak-anak yatim/piatu dari golongan masyarakat tidak mampu. Sampai saat ini sudah 100 anak yatim yang telah dibiayai oleh Infomedia.



### Rumah Baca



Infomedia terlibat aktif dalam program pengembangan Rumah Baca yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia, khususnya di daerah yang minim akan sarana pendidikan. Mulai dari pembangunan sarana fisik hingga menyediakan buku-buku bacaan yang diperlukan.

### Bakti Sosial



Infomedia juga terlibat dalam berbagai aksi sosial yang manfaatnya langsung dirasakan oleh masyarakat luas, seperti pengobatan gratis, pembagian sembako dan bingkisan lebaran, serta kegiatan lainnya, yang tercermin dalam program Bakti sosial Ramadhan dan program-program sejenis lainnya.

### Bantuan Bencana Alam



Infomedia memberikan bantuan bencana alam yang terjadi di seluruh Indonesia, seperti bencana gempa Yogyakarta, bantuan rumah tahan gempa di Yogyakarta, gempa Pangandaran, banjir Jakarta, dsb.

## B. Dekripsi Data Peneliti

### 1. *Regular Meeting*

Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan-pertanyaan dalam variabel *regular meeting*. Hasil tabulasi didapat dengan menggunakan alat bantu Excel dan disajikan dalam

bentuk tabel. Berikut ini adalah hasil tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan pada butir 1 dalam instrumen kuesioner penelitian.

Tabel 4.1

Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 1

pertanyaan butir 1				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Tidak Pernah	5	10.9	10.9
	2. Jarang	12	25.9	25.9
	3. Cukup sering	7	14.7	14.7
	4. Sering	8	17.6	17.6
	5. Sangat sering	5	10.9	10.9
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Dari hasil tabulasi diperoleh hasil bahwa frekuensi pernyataan jarang dan sering merupakan pernyataan yang cukup banyak diberikan oleh responden. Pernyataan jarang diberikan oleh 12 responden dan pernyataan sering diberikan oleh 8 responden. Sedangkan sisanya 17 responden yang memberikan jawaban dengan pernyataan cukup sering, sangat sering dan tidak pernah. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan reponden atas pertanyaan pada butir 2 dalam instrumen kuesioner penelitian.

Tabel 4.2

Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 2

pertanyaan butir 2				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Tidak Pernah	2	4.1	4.1
	2. Jarang	14	29.4	29.4
	3. Cukup sering	12	25.9	25.9
	4. Sering	14	29.4	29.4
	5. Sangat sering	5	10.9	10.9
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan sering dan jarang, yang diperoleh dari 14 dan jarang 14 responden juga. Sedangkan jawaban responden dengan pernyataan sangat sering sedikit lebih rendah dibandingkan dengan frekuensi pernyataan sering dan jarang, dengan 5 responden. Frekuensi pernyataan Cukup sering didapat dari 3 responden dan frekuensi pernyataan tidak pernah dengan 2 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 3 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.3  
Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 3

pertanyaan butir 3				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Tidak Pernah	2	4.1	4.1
	2. Jarang	14	29.4	29.4
	3. Cukup sering	17	36.8	36.8
	4. Sering	9	19.2	19.2
	5. Sangat sering	4	8.3	8.3
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan cukup sering, yang diperoleh dari 17 responden. Sedangkan jawaban responden dengan pernyataan jarang sedikit lebih rendah dibandingkan dengan frekuensi pernyataan cukup sering, dengan 14 responden. Frekuensi pernyataan tidak pernah didapat dari 2 responden sedangkan frekuensi pernyataan sering dengan 9 responden dan frekuensi pernyataan sangat sering dengan 4 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 4 dalam instrumen kuesioner penelitian.

Tabel 4.4  
Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 4

pertanyaan butir 4				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Tidak Pernah	1	2.6	2.6
	2. Jarang	8	17.6	17.6
	3. Cukup sering	16	34.2	34.2
	4. Sering	12	25.9	25.9
	5. Sangat sering	8	17.6	17.6
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan cukup sering, yang diperoleh dari 16 responden. Sedangkan jawaban responden dengan pernyataan jarang sedikit lebih rendah dibandingkan dengan frekuensi pernyataan cukup sering, dengan 8 responden. Frekuensi pernyataan tidak pernah didapat dari 1 responden sedangkan frekuensi pernyataan sering dengan 12 responden dan frekuensi pernyataan sangat sering dengan 8 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 5 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.5  
Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 5

pertanyaan butir 5				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Tidak Pernah	6	12.4	12.4
	2. Jarang	9	19.2	19.2
	3. Cukup sering	8	17.6	17.6
	4. Sering	12	25.9	25.9
	5. Sangat sering	12	25.9	25.9
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi pernyataan cukup sering, yang diperoleh dari 8 responden. Sedangkan jawaban responden dengan

pernyataan jarang yang diperoleh 9 responden. Frekuensi pernyataan tidak pernah didapat dari 6 responden sedangkan frekuensi pernyataan sering dan frekuensi pernyataan sangat sering sama persis dengan sama sama dapat 12 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 6 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.6  
Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 6

pertanyaan butir 6				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Tidak Pernah	3	6.7	6.7
	2. Jarang	19	40.9	40.9
	3. Cukup sering	13	27,5	27,5
	4. Sering	17	36.8	36.8
	5. Sangat sering	4	8.3	8.3
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan jarang, yang diperoleh dari 19 responden. Sedangkan jawaban responden dengan pernyataan sering sedikit lebih rendah dibandingkan dengan frekuensi pernyataan jarang, dengan 17 responden. Frekuensi pernyataan tidak pernah didapat dari 3 responden sedangkan frekuensi pernyataan cukup sering dengan 13 responden dan frekuensi pernyataan sangat sering dengan 4 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 7 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.7  
Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 7

pertanyaan butir 7				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Tidak Pernah	3	6.7	6.7
	2. Jarang	10	21.7	21.7
	3. Cukup sering	12	25.9	25.9

	4. Sering	13	27.5	27.5
	5. Sangat sering	9	19.2	19.2
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi yang cukup berimbang dari pernyataan sering didapat dari 13 responden, cukup sering didapat dari 12 responden, dan pernyataan jarang didapat dari 10 responden. Sedangkan responden yang memberikan pernyataan sangat sering 9 responden dan hanya 3 responden yang memberikan pernyataan tidak pernah. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 8 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.8

Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 8

pertanyaan butir 8				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Tidak Pernah	7	14.893617	
	2. Jarang	7	14.893617	
	3. Cukup sering	13	27.6595745	
	4. Sering	15	31.9148936	
	5. Sangat sering	5	10.6382979	
	Total	47	100.0	

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan sering, yang diperoleh dari 15 responden. Sedangkan jawaban responden dengan pernyataan cukup sering sedikit lebih rendah dibandingkan dengan frekuensi pernyataan sering, dengan 13 responden. Frekuensi pernyataan tidak pernah didapat dari 7 responden sedangkan frekuensi pernyataan sangat sering dengan 5 responden dan frekuensi pernyataan jarang dengan 7 responden. Berikut adalah

hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 9 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.9

Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 9

pertanyaan butir 9				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Tidak Pernah	3	6.7	6.7
	2. Jarang	7	14.7	14.7
	3. Cukup sering	10	21.7	21.7
	4. Sering	17	36.8	36.8
	5. Sangat sering	10	21.7	21.7
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan sering, yang diperoleh dari 17 responden. Sedangkan jawaban responden dengan pernyataan jarang sedikit lebih rendah dibandingkan dengan frekuensi pernyataan sering, dengan 7 responden. Frekuensi pernyataan tidak pernah didapat dari 3 responden sedangkan frekuensi pernyataan cukup sering dengan 10 responden dan frekuensi pernyataan sangat sering dengan 10 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 10 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.10

Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 10

pertanyaan butir 10				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Tidak Pernah	2	4.1	4.1
	2. Jarang	11	23.3	23.3
	3. Cukup sering	12	25.9	25.9
	4. Sering	14	29.4	29.4
	5. Sangat sering	6	12.4	12.4
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi yang cukup berimbang dari pernyataan sering didapat dari 14 responden, cukup sering didapat dari 12 responden, dan pernyataan jarang didapat dari 11 responden. Sedangkan responden yang memberikan pernyataan sangat sering 6 responden dan hanya 2 responden yang memberikan pernyataan tidak pernah. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 11 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.11

Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 11

pertanyaan butir 11				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Tidak Pernah	5	10.9	10.9
	2. Jarang	3	6.7	6.7
	3. Cukup sering	14	29.4	29.4
	4. Sering	15	31.6	31.6
	5. Sangat sering	10	21.7	21.7
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi yang cukup berimbang dari pernyataan sering didapat dari 15 responden, cukup sering didapat dari 14 responden, dan pernyataan sangat sering didapat dari 10 responden. Sedangkan responden yang memberikan pernyataan tidak pernah 5 responden dan hanya 3 responden yang memberikan pernyataan jarang. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 12 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.12

Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 12

pertanyaan butir 12				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Tidak Pernah	15	31.6	31.6
	2. Jarang	7	14.7	14.7
	3. Cukup sering	10	21.7	21.7
	4. Sering	11	23.3	23.3
	5. Sangat sering	2	4.1	4.1
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan tidak pernah, yang diperoleh dari 15 responden. Sedangkan jawaban responden dengan pernyataan sering sedikit lebih rendah dibandingkan dengan frekuensi pernyataan tidak pernah, dengan 11 responden. Frekuensi pernyataan cukup sering didapat dari 10 responden sedangkan frekuensi pernyataan jarang dengan 9 responden dan frekuensi pernyataan sangat sering dengan 2 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 13 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.13

Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 13

pertanyaan butir 13				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Tidak Pernah	1	2.6	2.6
	2. Jarang	18	38.3	38.3
	3. Cukup sering	10	21.7	21.7
	4. Sering	15	31.6	31.6
	5. Sangat sering	3	6.7	6.7
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi yang cukup berimbang dari pernyataan jarang didapat dari 18 responden, sering didapat dari 15 responden, dan pernyataan cukup sering didapat dari 10 responden. Sedangkan responden yang memberikan pernyataan sangat sering 3 responden dan hanya satu responden yang memberikan pernyataan tidak pernah. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 14 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.14

Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 14

pertanyaan butir 14				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Tidak Pernah	7	14.7	14.7
	2. Jarang	11	23.3	23.3
	3. Cukup sering	8	17.6	17.6
	4. Sering	17	36.8	36.8
	5. Sangat sering	2	4.1	4.1
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan sering, yang diperoleh dari 17 responden. Sedangkan jawaban responden dengan pernyataan jarang sedikit lebih rendah dibandingkan dengan frekuensi pernyataan sering, dengan 11 responden. Frekuensi pernyataan tidak pernah didapat dari 7 responden sedangkan frekuensi pernyataan cukup sering dengan 8 responden dan frekuensi pernyataan sangat sering dengan 2 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 15 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.15

Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 15

pertanyaan butir 15				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Tidak Pernah	3	6.7	6.7
	2. Jarang	8	17.6	17.6
	3. Cukup sering	17	36.8	36.8
	4. Sering	13	27.5	27.5
	5. Sangat sering	16	34.2	34.2
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan cukup sering, yang diperoleh dari 17 responden. Sedangkan jawaban responden dengan pernyataan sangat sering sedikit lebih rendah dibandingkan dengan frekuensi pernyataan cukup sering, dengan 16 responden. Frekuensi pernyataan tidak pernah didapat dari 2 responden sedangkan frekuensi pernyataan sering dengan 13 responden dan frekuensi pernyataan jarang dengan 8 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 16 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.16

Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 16

pertanyaan butir 16				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Tidak Pernah	8	17.6	17.6
	2. Jarang	4	8.3	8.3
	3. Cukup sering	7	14.7	14.7
	4. Sering	16	34.2	34.2
	5. Sangat sering	10	21.7	21.7
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan sering, yang diperoleh dari 16 responden. Sedangkan jawaban responden dengan pernyataan sangat sering sedikit lebih rendah dibandingkan dengan frekuensi pernyataan sering, dengan 10 responden. Frekuensi pernyataan tidak pernah didapat dari 8 responden sedangkan frekuensi pernyataan cukup sering dengan 7 responden dan frekuensi pernyataan jarang dengan 4 responden.

## 2. Kepuasan Komunikasi

Berikut akan disajikan hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan-pertanyaan mengenai kepuasan komunikasi yang terdapat dalam instrumen kuesioner penelitian. Hasil tabulasi didapat dengan menggunakan alat bantu Excel. Tabulasi disajikan dalam bentuk tabel. Berikut ini adalah hasil tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan pada butir 17 dalam instrumen kuesioner penelitian, yaitu apakah karyawan puas terhadap pesan-pesan yang disampaikan oleh atasan yang dapat membantu bawahan dan membuat bawahan merasa telah menjadi bagian penting bagi perusahaan?.

Tabel 4.17  
Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 17

pertanyaan butir 17				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Sangat Tidak Puas	11	23.3	23.3
	2. Tidak Puas	6	12.4	12.4
	3. Cukup Puas	12	23.3	23.3
	4. Puas	9	19.2	19.2
	5. Sangat puas	9	19.2	19.2
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan cukup puas yang dipilih oleh 12 responden dan 11 responden menyatakan sangat tidak puas. Sedangkan 9 responden memberikan pernyataan puas, dan 9 responden memberikan pernyataan sangat puas dan responden yang memberikan pernyataan tidak puas 6 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 18 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.18  
Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 18

pertanyaan butir 18				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Sangat Tidak Puas	4	8.3	8.3
	2. Tidak Puas	9	19.2	19.2
	3. Cukup Puas	13	27.5	27.5
	4. Puas	16	34.2	34.2
	5. Sangat puas	5	10.9	10.9
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan puas yang dipilih oleh 16 responden dan 13 responden menyatakan cukup puas. Sedangkan 9 responden memberikan pernyataan tidak puas, dan 5 responden memberikan pernyataan sangat puas dan responden yang memberikan pernyataan sangat tidak puas 4 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 19 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.19

Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 19

pertanyaan butir 19				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Sangat Tidak Puas	5	10.9	10.9

	2. Tidak Puas	10	21.7	21.7
	3. Cukup Puas	18	38.3	38.3
	4. Puas	10	21.7	21.7
	5. Sangat puas	4	8.3	8.3
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan cukup puas yang dipilih oleh 18 responden dan 10 responden menyatakan tidak puas. Sedangkan 10 responden memberikan pernyataan puas, dan 5 responden memberikan pernyataan sangat tidak puas dan responden yang memberikan pernyataan sangat puas 4 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 20 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.20

Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 20

pertanyaan butir 20				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Sangat Tidak Puas	1	2.6	2.6
	2. Tidak Puas	6	12.4	12.4
	3. Cukup Puas	13	27.5	27.5
	4. Puas	19	40.9	40.9
	5. Sangat puas	8	17.6	17.6
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan puas yang dipilih oleh 19 responden dan 13 responden menyatakan cukup puas. Sedangkan 8 responden memberikan pernyataan sangat puas, dan 6 responden memberikan tidak puas dan responden yang memberikan pernyataan sangat tidak puas 1 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 21 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.21

Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 21

pertanyaan butir 21				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Sangat Tidak Puas	6	12.4	12.4
	2. Tidak Puas	7	14.7	14.7
	3. Cukup Puas	12	25.9	25.9
	4. Puas	15	31.6	31.6
	5. Sangat puas	7	14.7	14.7
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan puas yang dipilih oleh 15 responden dan 12 responden menyatakan cukup puas. Sedangkan 7 responden memberikan pernyataan sangat puas, dan 7 responden memberikan pernyataan tidak puas dan responden yang memberikan pernyataan sangat tidak puas 6 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 22 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.22

Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 22

pertanyaan butir 22				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Sangat Tidak Puas	1	2.6	2.6
	2. Tidak Puas	7	14.7	14.7
	3. Cukup Puas	17	36.8	36.8
	4. Puas	14	29.4	29.4
	5. Sangat puas	8	17.6	17.6
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan cukup puas yang dipilih oleh 17 responden dan 14 responden menyatakan puas. Sedangkan 8 responden memberikan pernyataan sangat puas, dan 7 responden memberikan pernyataan tidak puas dan responden yang

memberikan pernyataan sangat tidak puas 1 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 23 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.23  
Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 23

pertanyaan butir 23				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Sangat Tidak Puas	2	4.1	4.1
	2. Tidak Puas	7	14.7	14.7
	3. Cukup Puas	14	29.4	29.4
	4. Puas	15	31.6	31.6
	5. Sangat puas	9	19.2	19.2
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan p puas yang dipilih oleh 15 responden dan 14 responden menyatakan cukup puas. Sedangkan 9 responden memberikan pernyataan sangat puas, dan 7 responden memberikan pernyataan tidak puas dan responden yang memberikan pernyataan sangat tidak puas 2 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 24 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.24  
Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 24

pertanyaan butir 24				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Sangat Tidak Puas	6	12.4	12.4
	2. Tidak Puas	6	12.4	12.4
	3. Cukup Puas	15	31.6	31.6
	4. Puas	13	27.5	27.5
	5. Sangat puas	7	14.7	14.7
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan cukup puas yang dipilih oleh 15 responden dan 13 responden menyatakan puas. Sedangkan 7 responden memberikan pernyataan sangat puas, dan 6 responden memberikan pernyataan tidak puas dan responden yang memberikan pernyataan sangat tidak puas 6 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 25 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.25  
Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 25

pertanyaan butir 25				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Sangat Tidak Puas	3	6.7	6.7
	2. Tidak Puas	8	17.6	17.6
	3. Cukup Puas	12	25.9	25.9
	4. Puas	16	34.2	34.2
	5. Sangat puas	8	17.6	17.6
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan puas yang dipilih oleh 16 responden dan 12 responden menyatakan cukup puas. Sedangkan 8 responden memberikan pernyataan sangat puas, dan 8 responden memberikan pernyataan tidak puas dan responden yang memberikan pernyataan sangat tidak puas 3 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 26 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.26  
Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 26

pertanyaan butir 26				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Sangat Tidak Puas	1	2.6	2.6

	2. Tidak Puas	14	29.4	29.4
	3. Cukup Puas	16	2.6	2.6
	4. Puas	14	29.4	29.4
	5. Sangat puas	2	4.1	4.1
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan cukup puas yang dipilih oleh 16 responden dan 14 responden menyatakan puas. Sedangkan 14 responden memberikan pernyataan tidak puas, dan 2 responden memberikan pernyataan sangat puas dan responden yang memberikan pernyataan sangat tidak puas 1 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 27 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.27  
Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 27

pertanyaan butir 27				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Sangat Tidak Puas	2	4.1	4.1
	2. Tidak Puas	5	10.9	10.9
	3. Cukup Puas	11	23.3	23.3
	4. Puas	21	44.1	44.1
	5. Sangat puas	8	17.6	17.6
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan puas yang dipilih oleh 21 responden dan 11 responden menyatakan cukup puas. Sedangkan 8 responden memberikan pernyataan sangat puas, dan 5 responden memberikan pernyataan tidak puas dan responden yang memberikan pernyataan sangat tidak puas 2 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 28 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.28  
Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 28

pertanyaan butir 28				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Sangat Tidak Puas	4	8.3	8.3
	2. Tidak Puas	8	17.6	17.6
	3. Cukup Puas	11	8.3	8.3
	4. Puas	13	27.5	27.5
	5. Sangat puas	11	23.3	23.3
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan puas yang dipilih oleh 13 responden dan 11 responden menyatakan cukup puas. Sedangkan 11 responden memberikan pernyataan sangat puas, dan 8 responden memberikan pernyataan tidak puas dan responden yang memberikan pernyataan sangat tidak puas 4 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 29 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.29  
Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 29

pertanyaan butir 29				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Sangat Tidak Puas	5	10.9	10.9
	2. Tidak Puas	6	12.4	12.4
	3. Cukup Puas	10	21.7	21.7
	4. Puas	17	36.8	36.8
	5. Sangat puas	9	19.2	19.2
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan puas yang dipilih oleh 17 responden dan 10 responden menyatakan cukup puas. Sedangkan 9 responden memberikan pernyataan sangat puas, dan 6 responden memberikan pernyataan tidak puas dan responden yang

memberikan pernyataan sangat tidak puas 5 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 30 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.30  
Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 30

pertanyaan butir 30				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Sangat Tidak Puas	2	4.1	4.1
	2. Tidak Puas	6	12.4	12.4
	3. Cukup Puas	10	21.7	21.7
	4. Puas	21	44.1	44.1
	5. Sangat puas	8	17.6	17.6
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan puas yang dipilih oleh 21 responden dan 10 responden menyatakan cukup puas. Sedangkan 8 responden memberikan pernyataan sangat puas, dan 6 responden memberikan pernyataan tidak puas dan responden yang memberikan pernyataan sangat tidak puas 2 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 31 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.31  
Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 31

pertanyaan butir 31				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Sangat Tidak Puas	1	2.6	2.6
	2. Tidak Puas	11	23.3	23.3
	3. Cukup Puas	14	29.4	29.4
	4. Puas	14	29.4	29.4
	5. Sangat puas	7	14.7	14.7
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi yang cukup berimbang dari pernyataan cukup puas didapat dari 14 responden, puas didapat dari 14 responden jug, dan pernyataan tidak puas didapat dari 11 responden. Sedangkan responden yang memberikan pernyataan sangat puas 7 responden dan hanya 1 responden yang memberikan pernyataan sangat tidak puas. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 32 dalam instrumen kuesioner penelitian

Tabel 4.32  
Tabulasi pernyataan responden terhadap pertanyaan butir 32

pertanyaan butir 32				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1. Sangat Tidak Puas	7	14.7	14.7
	2. Tidak Puas	5	10.9	10.9
	3. Cukup Puas	10	21.7	21.7
	4. Puas	14	29.4	29.4
	5. Sangat puas	11	23.3	23.3
	Total	47	100.0	100.0

N=47

Hasil tabulasi menunjukkan frekuensi tertinggi adalah pernyataan puas yang dipilih oleh 14 responden dan 11 responden menyatakan sangat puas. Sedangkan 10 responden memberikan pernyataan cukup puas, dan 5 responden memberikan pernyataan tidak puas dan responden yang memberikan pernyataan sangat tidak puas 7 responden. Berikut adalah hasil tabulasi pernyataan responden dari pertanyaan pada butir 18 dalam instrumen kuesioner penelitian