

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PESERTA DIKLAT**

(Studi Kasus pada Pusdiklat Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta)

SKRIPSI



Oleh:

Nama : Yanuar Yudistira
NIM : 144115227
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA
YOGYAKARTA**

2018

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Diklat” dapat terselesaikan.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak, yang telah memberikan bantuan berupa arahan dan dorongan selama penulis menempuh studi di STIE Widya Wiwaha Yogyakarta. Oleh karena itu, ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta yang telah memberikan kepercayaan dan kesempatan untuk menempuh pendidikan pasca sarjana.
2. Kepala Program Studi Manajemen yang memberikan segala kebijakan pengetahuan kebangsaan dan pengetahuan lainnya.
3. Dra. Uswatun Chasanah selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam mengarahkan, membimbing serta memberikan dorongan sampai skripsi ini selesai.
4. Teman-teman Mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan tahun 2014, dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan maupun semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Teriring doa semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut diatas mendapat pahala yang berlipat dari Allah SWT. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi Pusdiklat Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta untuk dapat diimplementasikan. Penulis juga berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Yogyakarta, Maret 2018

Penulis

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PESERTA DIKLAT

Tujuan penelitian: Menganalisis pelayanan meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* di Pusat pendidikan dan pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta, Mengidentifikasi kepuasan peserta diklat di Pusat pendidikan dan pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta dan Menganalisis upaya meningkatkan kualitas layanan di pusat pendidikan dan pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta

Metode: Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah peserta yang mengikuti kegiatan diklat di Puduklat BPK Yogyakarta sebanyak 1.250 orang. Sampel penelitian ini sebanyak 93 orang dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. analisis data yang digunakan ialah regresi linier berganda.

Hasil: Kualitas pelayanan meliputi *reliability*, *responsive*, *assurance*, *empathy* dan *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta diklat di Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta dengan perolehan nilai F hitung sebesar 22,513 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Upaya meningkatkan kualitas layanan di Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta dapat ditingkatkan melalui pemerian pelayanan dengan mengacu pada dimensi *reliability*, *responsive*, *assurance*, *empathy* dan *tangible*, dimana *assurance* dan *empathy* dapat dijadikan upaya peningkatan kualitas layanan yang lebih optimal

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Peserta Diklat.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	ii
Pernyataan Bebas Plagiatisme.....	iii
Halaman Persetujuan.....	iv
Halaman Pengesahan	v
Kata Pengantar	vi
Halaman Persembahan	vii
Abstrak	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Pernyataan Penelitian	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Kualitas Pelayanan.....	7
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	7
b. Dimensi Kualitas Pelayanan	8
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	8
2. Kepuasan Konsumen.....	9
a. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	9
b. Faktor yang mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen	10
c. Dimensi Tingkat Kepuasan	11
d. Pengukuran Tingkat Kepuasan	11
B. Kajian Penelitian Sebelumnya	12
C. Kerangka Pikir	15
D. Hipotesis Penelitian.....	15
BAB III METODE PENELITIAN	16
A. Jenis Penelitian.....	16
B. Tempat dan Waktu penelitian	16
C. Populasi dan Sampel Penelitian	16

D. Sumber Data.....	18
E. Definisi Operasional Variabel.....	19
F. Instrument Pengumpulan Data.....	20
G. Uji Instrumen Penelitian	20
H. Analisis data.....	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	24
A. Hasil Penelitian	24
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	24
2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	25
3. Hasil Analisis Data.....	26
B. Pembahasan.....	34
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	43
A. Kesimpulan	43
B. Saran.....	43

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

STIE Widya Wiwaha
 Jangan Plagiat

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Definisi Operasional Variabel	19
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden.....	26
Tabel 4.2.	Hasil Uji Validitas	27
Tabel 4.3.	Hasil Uji Reliabelitas	30
Tabel 4.4.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	31
Tabel 4.5.	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	32
Tabel 4.6 .	Hasil Uji Statistik F.....	34

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konsep Penelitian.....	15
---	----

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Data Penelitian
Lampiran 3	Validitas Reliabilitas
Lampiran 4	Hasil Analisis Data
Lampiran 5	Hasil Tren

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan akan pelayanan pusat pendidikan dan pelatihan yang bermutu semakin meningkat seiring dengan tingginya tuntutan Pusdiklat dalam memperbaiki kompetensi dan profesionalisme pegawai. Selain melayani diklat pada instansi pemerintah, Diklat Badan Pemeriksa Keuangan juga memberikan pelayanan pada instansi lain seperti laundry, catering dan perusahaan yang bersifat keluarga/ pribadi. Sehingga pelayanan yang diberikan dalam memberikan jasa pendidikan dan pelatihan bersifat luas, artinya tidak hanya terikat kerjasama dengan instansi pemerintahan. Dalam menghadapi persaingan dengan lembaga serupa lain, pusat pendidikan dan pelatihan harus berusaha sebaik mungkin untuk mempertahankan kepuasan dari para pelanggannya, agar pelanggan tidak beralih menggunakan layanan pendidikan dan pelatihan yang ditawarkan oleh perusahaan lain.

Pusat pendidikan dan pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta sebagai salah satu lembaga yang bergerak dalam bidang jasa juga harus bertahan ditengah ketatnya persaingan yang ada seperti Kementerian Keuangan Wilayah DIY dan Badan Diklat Wilayah V Yogyakarta. Peserta diklat merupakan elemen yang sangat penting untuk menentukan kesuksesan pendidikan dan pelatihan. Mereka tidak hanya merasakan kualitas sarana prasarana dan kenyamanan pelatihan tetapi juga seberapa bagus pelayanan

yang diberikan. Untuk itu pusat pendidikan dan pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta perlu menciptakan pelayanan yang prima agar memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan harapan peserta sehingga mampu menciptakan kepuasan tersendiri dihati peserta.

Kasus yang terjadi di pusat pendidikan dan pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa peserta yang mengeluh terhadap pelayanan yang ada. Hal tersebut didasarkan pada keluhan langsung yang disampaikan kepada pegawai di pusat pendidikan dan pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta, keluhan yang disampaikan peserta seperti: kurang tanggapnya tenaga SDM dalam memberikan pelayanan, SDM yang kurang cekatan melayani peserta diklat dan masih terdapat sarana prasarana yang kurang memadai. Permasalahan internal tersebut menjadi kendala terhadap perkembangan pusat pendidikan dan pelatihan dimasa mendatang, sehingga adanya perbaikan kualitas pelayanan perlu menjadi perhatian khusus untuk tetap menarik perhatian peserta dalam menggunakan jasa di pusat pendidikan dan pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta.

Kualitas layanan merupakan salah satu indikator yang digunakan konsumen untuk menilai perusahaan. Kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan yang diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2016:125). Menurut Parasuraman, dkk (1990:58-60) terdapat lima indikator dalam kualitas pelayanan yaitu

kepercayaan atau kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Dalam menggunakan sebuah jasa, konsumen menginginkan adanya kualitas pelayanan yang memberikan kepuasan tersendiri dihati konsumen.

Menurut Kotler (2005:36) kepuasan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk yang diharapkan. Sedangkan menurut Abdillah (2015:2) mengemukakan bahwa “kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja sesungguhnya dengan harapan”. Kepuasan konsumen merupakan kunci untuk memperoleh keberhasilan. Hal ini disebabkan karena kepuasan konsumen akan memberikan dampak positif bagi perusahaan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Halomoan (2012) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan. Artinya, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan sebuah perusahaan maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, maka semakin rendah kepuasan yang dirasakan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan terkait pelayanan yang belum optimal di Pusdiklat Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta, peneliti

tertarik untuk meneliti tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Diklat di Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas dapat diidentifikasi permasalahan peneliti, yaitu rendahnya daya tanggap dan kehandalan tenaga SDM dalam memberikan pelayanan, SDM yang kurang terampil dalam berkomunikasi pada peserta diklat, tingkat empati SDM yang masih rendah dan sarana prasarana yang kurang memadai.

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang ada dalam penelitian adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible* terhadap kepuasan peserta diklat di pusat pendidikan dan pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta?
2. Bagaimana meningkatkan kualitas layanan di pusat pendidikan dan pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta?

D. Tujuan Penelitian

1. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini secara umum adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan peserta diklat di Pusat pendidikan dan pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta.
2. Tujuan khusus dalam penelitian ini sebagai berikut:
 - a. Menganalisis pelayanan meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* di Pusat pendidikan dan pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta.
 - b. Mengidentifikasi kepuasan peserta diklat di Pusat pendidikan dan pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta.
 - c. Menganalisis upaya meningkatkan kualitas layanan di pusat pendidikan dan pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis, antara lain :

- a. Manfaat teoritis

Hasil penelitian dapat menambah wawasan dan menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya mengenai pengaruh pelayanan di pusat pendidikan dan pelatihan terhadap kepuasan peserta diklat.

b. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan informasi dan evaluasi terhadap kinerja yang telah dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada peserta diklat. Sebagai bahan pertimbangan untuk merumuskan kebijakan dalam rangka perbaikan dan meningkatkan mutu pelayanan di pusat pendidikan dan pelatihan.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB II

TINJAUAN LITERATUR

A. Landasan Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Gambaran tentang pengertian kualitas pelayanan dapat difahami dari beberapa pendapat para ahli. Menurut Aritonang (2010: 3) kualitas pelayanan ialah persepsi dan sikap pelanggan terhadap produk suatu perusahaan sesuai dengan harapan. Simomara (2009: 4) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah pernyataan perasaan dengan membandingkan antara harapan terhadap produk dan kenyataan yang dialami oleh seorang pelanggan. Sedangkan Supranto (2011: 2) menjelaskan kualitas pelayanan merupakan: *Qualiry is the extent to which products meet the requirements of people who use them*. Artinya, suatu produk dikatakan berkualitas bagi seseorang jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya.

Kualitas pelayanan atau *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh

perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan (Tjiptono, 2005: 51).

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Supranto (2011: 231) menyatakan terdapat lima unsur dalam kualitas pelayanan yaitu 1) Kepercayaan atau kehandalan (*Reliability*): kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya, 2) Daya tanggap (*Responsiveness*): kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan, 3) Keyakinan (*Assurance*): pengetahuan dan kesopanan staf administrasi serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, 4) Empati (*Empathy*): syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan, 5) Berwujud (*Tangibles*): penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan media komunikasi.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Moenir (2002: 26-27) terdapat beberapa faktor yang mendukung berjalannya suatu pelayanan dengan baik, yaitu 1) Faktor kesadaran para pejabat dan petugas yang berkecimpung dalam pelayanan umum, 2) Faktor aturan yang menjadi landasan kerja pelayanan, 3) Faktor organisasi yang merupakan alat serta system yang memungkinkan berjalannya mekanisme kegiatan pelayanan, 4) Faktor keterampilan petugas, 5) Faktor sarana dalam pelaksanaan tugas pelayanan.

Kelima faktor tersebut mempunyai peran yang berbeda tetapi saling mempengaruhi dan secara bersama sama akan mewujudkan pelaksanaan pelayanan secara optimal baik berupa pelayanan verbal, pelayanan tulisan atau pelayanan dalam bentuk gerakan/tindakan dengan atau tanpa tulisan.

2. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Konsep kepuasan pelanggan masih bersifat abstrak, meski demikian kepuasan pelanggan menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis (Tjiptono dan Chandra, 2016: 204).

Menurut Kotler dan Kevin (2009: 139) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Sedangkan menurut Susanto dalam Abdillah (2015: 2) mengemukakan bahwa “kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja sesungguhnya

dengan harapan”.

b. Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen

Ririn dan Mastuti (2011: 117-118) menjelaskan bahwa terdapat lima faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen antara lain:

a. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan

c. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan yang lebih kepada pelanggannya.

e. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk

atau jasa, maka pelanggan akan cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

c. Dimensi Tingkat Kepuasan

Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara inerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila pelayanan yang didapatkan peserta sesuai dengan harapan yang diinginkan maka peserta diklat akan merasa puas (Wardani, 2015: 6). Tingkat kepuasan pelanggan menunjuk pada prioritas indikator kualitas pelayanan didasarkan pada mutu pelyanaan yang sifatnya umum. Menurut Supranto (2011: 107) dimensi kepuasan pelanggan meliputi; keberadaan pelayanan, ketanggapan pelayanan, ketepatan pelayanan, profesionalisme pelayanan, kepuasan keseluruhan dengan pelayanan dan kepuasan keseluruhan dengan Produk.

d. Pengukuran Tingkat Kepuasan

Banyak metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen pada suatu produk maupun pelayanan. Wicaksono (2015: 18-19) menyatakan bahwa pada umumnya untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dapat dilaksanakan dengan cara:

- 1) *Complain and Suggestion System* (sistem keluhan dan saran). Pada sistem ini perusahaan membentuk suatu saluran khusus yang dapat dipergunakan untuk menampung keluhan atau saran-saran dari konsumen.

- 2) *Customer Satisfaction Survey* (Survey kepuasan konsumen), adalah cara lain untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dengan melakukan survey langsung kepada nasabah secara berkala.
- 3) *Ghost Shopping* (pembeli bayangan) adalah perusahaan yang memperkerjakan beberapa pegawai untuk bertindak seolah-olah pembeli potensial untuk memberikan laporan tentang kekuatan atau kelemahan atas pembelian produk atau penggunaan jasa perusahaan dan produk pesaingnya berdasarkan pengalaman yang dialami pada saat membeli produk dan menggunakan jasa perusahaan.
- 4) *Lost Customer Analysis* (Analisis pelanggan yang hilang), perusahaan berusaha untuk menghubungi para pelanggan yang berhenti atau tidak lagi mempergunakan produk/jasa perusahaan dan berpindah pada perusahaan lain. Jika hasil analisis ini ternyata pelanggan yang hilang dan jumlahnya meningkat, maka ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggannya

B. Kajian Penelitian Sebelumnya

1. Setyawan Hendra Wijaya (2012) meneliti tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Bengkel di PT. Kondang Motor Yamaha Surakarta”.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei, yaitu penelitian dengan menganalisis angka-angka yang diperoleh dari hasil survey dalam bentuk penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian. Populasi adalah semua pelanggan bengkel servis PT. Kondang Motor Yamaha. Pengambilan sampel penelitian menggunakan metode purposive sampling sebanyak 100 orang.

Hasil analisis uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 38,540 dan ρ sebesar 0,000. sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($38,540 > 2,30$) dan ρ -value $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka disimpulkan variabel kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel PT. Kondang Motor Yamaha Surakarta. Hasil uji R^2 diperoleh nilai R Square sebesar 0,672 atau 67,2%, sehingga disimpulkan kemampuan variabel independen yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 67,2%, sisanya ($100\% - 67,2\% = 32,8\%$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar model yang tidak diteliti.

2. Eswika Nilasari dan Istiatin (2015) meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Dealer PT. Ramayana Motor. Sumber data primer diperoleh dari kuesioner yang dibagikan pada

konsumen dengan jumlah sampel 100 orang, sedang data sekunder diperoleh dari Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. Alat analisis yang digunakan adalah dengan analisis deskriptif kuantitatif.

Hasil pengujian diperoleh persamaan diketahui bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah variabel *reliability* (kehandalan) dengan koefisien 0,504 Uji R² (R Square) didapatkan hasil sebesar 0.944 atau 94.4 % yang berarti bahwa kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsible*, *assurance*, *empathy* sebesar 94,4%.

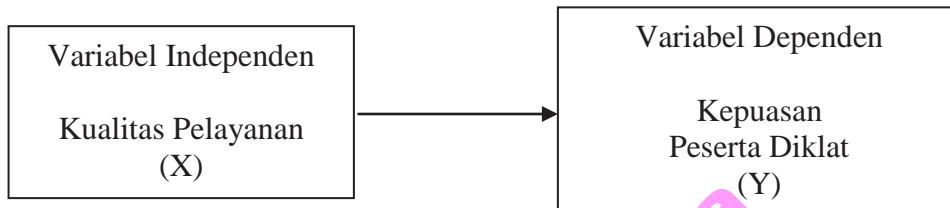
3. Panjaitan (2016) meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung”

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisa yang digunakan adalah teknik analisa deskriptif dan dengan menggunakan regresi berganda. Sedangkan sampel teknik yang digunakan adalah *non probability sampel* yang menggunakan total sampel sebesar 78 orang.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini bahwa kualitas layanan (X) yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai (nilai p) $0.003 < 0.05$. Sebagian hasil uji menunjukkan bahwa hanya variabel empati yang memiliki sebagian pengaruh dalam kepuasan

pelanggan dengan jumlah variabel yang signifikan (nilai p) berjumlah $0.021 < 0.05$

C. Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Konsep Penelitian

3. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah dan kerangka berfikir penelitian ini maka hipotesis dalam penelitian ini ialah:

H_a : Ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan meliputi *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan peserta diklat di Pusdiklat BPK Yogyakarta.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka meskipun juga berupa data kualitatif sebagai pendukung, seperti kata-kata atau kalimat yang tersusun dalam angket (Sugiyono, 2014: 14-15). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey dengan menyebar kuisisioner. Menurut Arikunto (2007: 236) survei merupakan salah satu jenis pendekatan penelitian yang banyak dilakukan oleh peneliti dimaksudkan untuk mengetahui pendapat masyarakat baik secara keseluruhan ataupun sebagian dari populasi dalam penelitian ini tentang pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen di Pusdiklat BPK Yogyakarta.

B. Tempat dan Waktu penelitian

Tempat dalam penelitian di pusat pendidikan dan pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta Jl. HOS Cokroaminoto No. 52 Yogyakarta. Waktu penelitian dilakukan selama 1 (satu) bulan, mulai bulan Januari 2018.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari meliputi seluruh sifat yang dimiliki oleh obyek/subyek itu. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek / subyek yang

mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014: 115).

Berdasarkan perhitungan pelaksanaan diklat dalam satu tahun terakhir diketahui diklat dilaksanakan kurang lebih 50 kali dengan peserta sejumlah ± 25 orang dalam sekali diklat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah peserta yang mengikuti kegiatan diklat di Pudiklat BPK Yogyakarta sebanyak 1.250 orang.

Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2014: 116). Penelitian ini menggunakan teknik sampel *Purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel secara *purposive* didasarkan pada suatu pertimbangan tertentu oleh peneliti sendiri, berdasarkan ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya yaitu bersedia menjadi responden dan menggunakan jasa pelayanan Pudiklat BPK Yogyakarta. Perhitungan sampel dalam penelitian menggunakan rumus Slovin (1960: 182) yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(d)^2}$$

Keterangan:

n = Besar sampel

N = Besar Populasi

d = Tingkat Signifikan (0,1)

$$n = \frac{N}{1 + N(d)^2}$$

$$n = \frac{1.250}{1 + 1.250(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.250}{1 + 1.250(0,01)}$$

$n = 92,59$ dibulatkan menjadi 93

Berdasarkan perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 93 orang.

D. Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2014: 131) sumber data dapat diperoleh melalui data sekunder dan data primer.

1. Data Sekunder

Sumber data yang diperoleh secara langsung untuk mendapatkan informasi/ keterangan obyek yang diteliti, biasanya data tersebut diperoleh dari pihak kedua yang dengan sengaja melakukan pengumpulan data. Umumnya data sekunder berupa bukti catatan maupun laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan.

2. Data Primer

Sumber data yang diperoleh langsung dari obyek yang diteliti baik dengan menggunakan wawancara secara langsung maupun menggunakan kuesioner. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan ialah data primer dengan menggunakan angket tertutup.

E. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator Variabel	Alat Ukur
Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Reliability</i> merupakan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan. 2. <i>Responsiveness</i> yaitu kemauan pegawai untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. 3. <i>Assurance</i> merupakan pengetahuan, sopan santun dan kemampuan pegawai untuk menciptakan rasa percaya pelanggan pada perusahaan. 4. <i>Empathy</i> ialah memberikan perhatian yang tulus dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. 5. <i>Tangibles</i> merupakan penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik yang harus diberikan perusahaan 	Kuesioner dengan skala <i>Likert</i> (5,4,3,2,1)
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keberadaan pelayanan, merupakan ketersediaan pegawai dalam melayani konsumen ketika dibutuhkan 2. Ketanggapan pelayanan, merupakan kemampuan pegawai untuk membantu konsumen dengan cepat 3. Ketepatan pelayanan, merupakan kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan secara tepat tanpa adanya kesalahan 4. Profesionalisme pelayanan, merupakan pelayanan yang diberikan dengan penuh 	Kuesioner dengan skala <i>Likert</i> (5,4,3,2,1)

Variabel	Definisi	Indikator Variabel	Alat Ukur
		tanggung jawab dan adil tanpa membeda-bedakan kondisi konsumen.	
		5. Kepuasan keseluruhan dengan pelayanan dan produk, merupakan tingkat kepuasan konsumen dalam menerima dan merasakan pelayanan dan produk yang diberikan perusahaan	

F. Instrumen Pengumpulan data

Instrument merupakan alat ukur untuk pengambilan data. Jika instrument baik, benar dan tepat maka penelitian akan benar, jika instrument tidak baik dan salah, maka, penelitian akan salah. Instrument pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan kuesioner. Kuesioner variabel pelayanan prima, dan kepuasan konsumen berupa pernyataan-pernyataan dan pengukuran angket menggunakan skala likert yaitu skor 1 itu artinya sangat tidak setuju (STS) , skor 2 artinya tidak setuju (TS), skor 3 artinya Netral/ragu (R), skor 4 artinya Setuju (S), dan skor 5 artinya sangat setuju (SS).

G. Uji Instrument Penelitian

Data merupakan hal yang sangat penting untuk suatu penelitian karena merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Dengan demikian benar tidaknya data sangat bergantung pada baik tidaknya instrument pengumpul data yang harus memenuhi dua syarat, yakni validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Validitas yaitu sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Instrumen kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dikatakan valid bila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dan mampu mengungkapkan data yang diteliti secara tepat. Untuk menguji validitas data dalam penelitian ini dengan melihat kolom *Correlated Item-Total Correlation*. Hal ini dikarenakan hasil analisis korelasi *bivariate* dan hasil analisis dengan melihat *output Correlated Item-Total Correlation* adalah identik karena keduanya mengukur hal yang sama (Ghozali, 2013:52).

Syarat umum untuk dianggap valid dilihat dari ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika r hasil positif, serta r hasil $> r$ tabel, maka butir variabel tersebut dinyatakan valid.
- b) Jika r hasil negatif, serta r hasil $< r$ tabel, maka butir variabel tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan ukuran kestabilan dan konsistensi dari konsep ukuran instrumen atau alat ukur, sehingga nilai yang diukur tidak berubah dalam nilai tertentu. Data yang reliabel dalam instrumen penelitian berarti data tersebut dapat dipercaya. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan nilai *Cronbach Alpha* dengan ketentuan

apabila nilai *Alpha* lebih dari 0,70 maka instrumen tersebut reliabel (Ghozali, 2013: 47-48).

H. Analisis Data

1. Uji Regresi Berganda

Analisis Regresi berganda untuk menguji model pengaruh dan hubungan variabel bebas yang lebih dari dua variabel terhadap variabel dependent, digunakan teknis analisis regresi linear berganda (*multiple linear regression method*) (Imam Ghozali, 2013: 96). Secara umum persamaan regresi linier sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen tingkat kepuasan mahasiswa
 a = Harga konstanta
 b = Koefisien regresi variabel independen yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variable dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Jika positif arah garis naik, jika negatif arah garis turun.

X1 = *Tangible*

X2 = *Reliability*

X3 = *Responsiveness*

X4 = *Assurance*

X5 = *Empathy*

E = Estimate of error dari masing-masing variabel.

Perhitungan analisis regresi dalam penelitian ini menggunakan bantuan program *SPSS 16,0 for windows*.

2. Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi (r^2) diperoleh dari hasil analisis regresi. Koefisien determinasi menurut Ghazali (2013: 97) disebut juga sebagai koefisien penentu, karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada varians independen. Dengan istilah lain.

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2013: 97).

3. Uji Hipotesis (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Imam Ghazali, 2013: 98). Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan membandingkan signifikansi F_{hitung} dengan ketentuan jika F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} pada tingkat signifikansi 5%, maka hipotesis alternatif (H_a) ditolak dan menerima hipotesis 0 (H_0). Hipotesis alternatif (H_a) diterima dan H_0 ditolak apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , yang berarti terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Amanat UUD Tahun 1945 Pasal 23 menyebutkan bahwa “Untuk memeriksa tanggung jawab tentang Keuangan Negara diadakan suatu Badan Pemeriksa Keuangan yang peraturannya ditetapkan dengan Undang-Undang”. Berdasarkan amanat tersebut maka dikeluarkan Surat Penetapan Pemerintah No.11/OEM tanggal 28 Desember 1946 tentang pembentukan Badan Pemeriksa Keuangan, pada tanggal 1 Januari 1947 yang berkedudukan di kota Magelang. Melalui Penetapan Pemerintah Nomor : 6 Tahun 1948 tanggal 6 Nopember 1948 tempat kedudukan BPK kemudian dipindahkan dari Magelang ke Yogyakarta.

Berdasarkan Undang-undang No. 15 Tahun 2006 tanggal 30 Oktober 2006 tentang Badan Pemeriksa Keuangan, mengamanatkan bahwa BPK memiliki perwakilan di setiap provinsi, sehingga dipecahlah BPK Perwakilan di Yogyakarta menjadi BPK RI Perwakilan Provinsi DIY dan BPK RI Perwakilan Jawa Tengah. Rencana strategi BPK 2016-2020 menjadi salah satu pertimbangan yang meliputi landasan pemikiran, perkembangan lingkungan strategis serta kondisi yang diharapkan dicapai lima tahun ke depan. Untuk itu rencana strategi BPK 2016-2020 disusun dengan melibatkan seluruh jajaran di BPK dimana keberhasilannya

ditentukan oleh peran aktif dari seluruh jajaran di BPK untuk mengimplementasikannya dan mencapai visi, misi, tujuan, dan sasaran strategis serta target-target pengukurannya.

a. Visi

Menjadi pendorong pengelolaan keuangan negara untuk mencapai tujuan negara melalui pemeriksaan yang berkualitas dan bermanfaat.

b. Misi

- 1) Memeriksa pengelolaan dan tanggung jawab keuangan negara secara bebas dan mandiri;
- 2) Melaksanakan tata kelola organisasi yang berintegritas, independen, dan profesional.

c. Tujuan strategis

Dalam memastikan tercapainya visi dan misi, maka ditetapkan dua tujuan strategis, yaitu:

- 1) Meningkatkan manfaat hasil pemeriksaan dalam rangka mendorong pengelolaan keuangan negara untuk mencapai tujuan negara;
- 2) Meningkatkan pemeriksaan yang berkualitas dalam mendorong pengelolaan keuangan negara untuk mencapai tujuan Negara

2. Deskripsi Karakteristik Responden

Subyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah peserta diklat di Pusdiklat Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta sebanyak 93 orang. Gambaran kondisi responden memberikan penjelasan tentang deskripsi

responden berkenaan dengan jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan.

Karakteristik responden dapat disajikan pada tabel berikut;

Tabel 4.1. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden di Pusdiklat Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta

Karateristik Responden	<i>f</i>	%
1. Jenis Kelamin		
Laki-laki	50	53,8
Perempuan	43	46,2
2. Pendidikan		
SLTA	0	0,0
D1	7	7,5
S1	64	68,8
S2	22	23,7
3. Pekerjaan		
PNS	93	100,0
Total	93	100

Sumber: data primer diolah 208

Tabel 4.1. menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin, sebanyak 50 (53,8%) responden berjenis kelamin laki-laki. Berdasarkan pendidikan, sebanyak 64 (68,8%) responden dengan pendidikan S1, dan sebanyak 93 (100,0%) responden bekerja sebagai PNS.

3. Hasil Analisis Data

a. Uji Validitas

Validitas yaitu sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Instrumen kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan dikatakan valid bila mampu

mengukur apa yang seharusnya diukur dan mampu mengungkap data yang diteliti secara tepat. Untuk menguji validitas data dalam penelitian ini dengan melihat kolom *Correlated Item-Total Correlation*. Hal ini dikarenakan hasil analisis korelasi *bivariate* dan hasil analisis dengan melihat *output Correlated Item-Total Correlation* adalah identik karena keduanya mengukur hal yang sama (Ghozali, 2013:52).

Syarat umum untuk dianggap valid dilihat dari ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika r hasil positif, serta r hasil $>$ r tabel, maka butir variabel tersebut dinyatakan valid.
- b) Jika r hasil negatif, serta r hasil $<$ r tabel, maka butir variabel tersebut dinyatakan tidak valid.

Hasil validitas dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	r hasil	r tabel (n= 93)	Keterangan
Kualitas Pelayanan				
1	RA1	0,463	0,202	Valid
2	RA2	0,546	0,202	Valid
3	RA3	0,630	0,202	Valid
4	RA4	0,713	0,202	Valid
5	RA5	0,299	0,202	Valid
6	RS6	0,721	0,202	Valid
7	RS7	0,619	0,202	Valid
8	RS8	0,672	0,202	Valid
9	RS9	0,710	0,202	Valid
10	AS10	0,693	0,202	Valid
11	AS11	0,664	0,202	Valid

No	Variabel	r hasil	r tabel (n= 93)	Keterangan
12	AS12	0,665	0,202	Valid
13	AS13	0,684	0,202	Valid
14	EM14	0,650	0,202	Valid
15	EM15	0,193	0,202	Tidak Valid
16	EM16	0,693	0,202	Valid
17	EM17	0,666	0,202	Valid
18	EM18	0,478	0,202	Valid
19	TA19	0,156	0,202	Tidak Valid
20	TA20	0,707	0,202	Valid
21	TA21	0,129	0,202	Tidak Valid
22	TA22	0,320	0,202	Valid
Kepuasan Peserta Diklat				
1	K1	0,597	0,202	Valid
2	K2	0,405	0,202	Valid
3	K3	0,575	0,202	Valid
4	K4	0,649	0,202	Valid
5	K5	0,699	0,202	Valid
6	K6	0,509	0,202	Valid
7	K7	0,341	0,202	Valid
8	K8	0,097	0,202	Tidak Valid
9	K9	0,580	0,202	Valid
10	K10	0,521	0,202	Valid
11	K11	0,413	0,202	Valid
12	K12	0,709	0,202	Valid
13	K13	0,626	0,202	Valid
14	K14	0,772	0,202	Valid
15	K15	0,804	0,202	Valid
16	K16	0,682	0,202	Valid
17	K17	0,704	0,202	Valid
18	K18	0,710	0,202	Valid
19	K19	0,597	0,202	Valid
20	K20	0,405	0,202	Valid
21	K21	0,575	0,202	Valid
22	K22	0,587	0,202	Valid
23	K23	0,492	0,202	Valid

No	Variabel	r hasil	r tabel (n= 93)	Keterangan
24	K24	0,509	0,202	Valid
25	K25	0,255	0,202	Valid
26	K26	0,097	0,202	Tidak Valid
27	K27	0,580	0,202	Valid
28	K28	0,699	0,202	Valid
29	K29	0,413	0,202	Valid
30	K30	0,702	0,202	Valid
31	K31	0,626	0,202	Valid
32	K32	0,757	0,202	Valid
33	K33	0,804	0,202	Valid
34	K34	0,682	0,202	Valid
35	K35	0,704	0,202	Valid
36	K36	0,710	0,202	Valid

Sumber : Data Primer 2018

Berdasarkan hasil validitas pada tabel 3.2 diketahui bahwa item pertanyaan kualitas pelayanan nomor 15, 19, dan 21 dinyatakan tidak valid karena diperoleh nilai r hasil $<$ r tabel. Sedangkan pertanyaan nomor 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 20, 22 dinyatakan valid karena diperoleh nilai r hasil $>$ r tabel. Selain itu, hasil validitas variabel kepuasan terdapat 2 item pertanyaan yang tidak valid yaitu pada pernyataan nomor 8 dan 26, sedangkan pertanyaan nomor 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35 dan 36 dinyatakan valid.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan ukuran kestabilan dan konsistensi dari konsep ukuran instrumen atau alat

ukur, sehingga nilai yang diukur tidak berubah dalam nilai tertentu. Data yang reliabel dalam instrumen penelitian berarti data tersebut dapat dipercaya. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan nilai *Cronbach Alpha* dengan ketentuan apabila nilai *Alpha* lebih dari 0,70 maka instrumen tersebut reliabel (Ghozali, 2013: 47-48). Hasil reliabilitas dapat dilihat pada tabel 3.3 berikut:

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabelitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,920	Reliabel
2	Kepuasan Peserta Dklat	0,950	Reliabel

Sumber : Data Primer 2018

Berdasarkan hasil reliabelitas pada tabel 3.3 diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,920 dan kepuasan sebesar 0,950 sehingga dinyatakan reliabel karena $> 0,70$.

c. Pengujian Regresi Berganda

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible* terhadap kepuasan peserta diklat di Pusat pendidikan dan pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta. Guna menjawab hipotesis penelitian dilakukan uji statistik regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 3.4
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.453	.234		6.206	.000
	Reability	.054	.074	.073	.732	.466
	Responsive	.105	.091	.173	1.160	.249
	Assurance	.161	.067	.249	2.413	.018
	Emphaty	.220	.105	.319	2.099	.039
	Tangible	.037	.079	.045	.465	.643

a. Dependent Variable: Kepuasan

Hasil analisis regresi berganda diatas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Kepuasan Peserta Diklat} = & 1,453 + 0,054 \text{ Reliability} + 0,105 \\ & \text{Responsive} + 0,161 \text{ Assurance} + 0,220 \\ & \text{Empathy} + 0,037 \text{ Tangible} + e \end{aligned}$$

Pengujian signifikansi perindikator berdasarkan tabel 3.4 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,018 untuk variabel *assurance* dan 0,039 untuk variabel *emphaty*. Perolehan nilai signifikansi < 0,05 menunjukkan bahwa variabel *assurance*, dan *emphaty* merupakan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepusan peserta diklat. Variabel *reliability* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,466, variabel *responsive* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,249, dan variabel *tangible* sebesar 0,643, artinya variabel *reliability*, *responsive* dan *tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepusan peserta diklat.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2013: 97). Hasil koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.5
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.751 ^a	.564	.539	.34918	.564	22.513	5	87	.000

a. Predictors: (Constant), Tangible, Reability, Assurance, Responsive, Emphaty

Tabel 3.5 diperoleh nilai Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,539. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible* memiliki kontribusi sebesar 53,9% terhadap kepuasan peserta diklat di Pusat pendidikan dan pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta, sedangkan 46,1% lainnya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

e. Uji Statistik F

Uji signifikansi simulatan atau uji F digunakan untuk membuktikan hipotesis yang diuji dalam penelitian ini yaitu ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible* terhadap kepuasan peserta diklat di Pusdiklat BPK Yogyakarta. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan ketentuan jika F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} pada tingkat signifikansi 5%, maka hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Sedangkan apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka hipotesis alternatif (H_a) diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen (Imam Ghozali, 2013: 98). Hasil Uji statistik F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.6
Hasil Uji Statistik F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.725	5	2.745	22.513	.000 ^a
	Residual	10.608	87	.122		
	Total	24.333	92			

a. Predictors: (Constant), Tangible, Reability , Assurance, Responsive , Emphaty

b. Dependent Variable: Kepuasan

Hasil analisis regresi linier ganda didapat nilai F hitung sebesar 22,513 > F tabel sebesar 3,95 (n= 93, k= 2) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 artinya variabel kualitas pelayanan meliputi *reliability*, *responsive*, *assurance*, *empathy* dan *tangible* secara

bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta diklat di Pusdiklat BPK Yogyakarta.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Diklat di Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta.

Kualitas pelayanan meliputi *reliability*, *responsive*, *assurance*, *empathy* dan *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta diklat di Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta dibuktikan dengan perolehan nilai F hitung sebesar 22,513 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Sejalan dengan penelitian Nilasari, dkk (2015) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel *reliability*, *responsive*, *assurance*, *empathy* dan *tangible* terhadap kepuasan konsumen dengan kontribusi sebesar 94,4%.

Simomara (2009: 4) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan pernyataan perasaan dengan membandingkan antara harapan terhadap produk/ jasa dan kenyataan yang dialami oleh seorang konsumen. Perusahaan yang mampu memberikan pelayanan sesuai harapan konsumen maka kualitas pelayanannya akan dinyatakan baik oleh konsumen. Begitupula sebaliknya, kualitas pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen akan membuat konsumen merasa kecewa sehingga akan berdampak pada terjadinya complain dari konsumen,

bahkan akan membuat konsumen berfikir ulang untuk menggunakan kembali jasa tersebut dikemudian hari.

Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Panjaitan (2016: 271) yang menyatakan kualitas pelayanan akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan dalam jangka panjang. Ikatan tersebut memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan serta kebutuhan pelanggan sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan

Menurut Kotler (2001: 112) terdapat lima dimensi yang dapat digunakan konsumen dalam menilai kualitas pelayanan suatu perusahaan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsive*, *assurance* dan *empathy*. Untuk itu untuk meningkatkan kepuasan konsumen, perusahaan harus dapat memperbaiki kualitas pelayanan dengan mengoptimalkan pelayanan berdasarkan aspek *tangible*, *reliability*, *responsive*, *assurance* dan *empathy*, dengan demikian tujuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan dapat tercapai melalui pelayanan yang tepat.

Dimensi *assurance* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan peserta diklat. Penelitian Alfiani (2016) menunjukkan bahwa dimensi *assurance* mampu memberikan sumbangan sebesar 73% dalam memuaskan konsumen. Selain itu, dimensi *emphaty* juga mempengaruhi

kepuasan diklat. Menurut Hardiyati (2010) kepedulian mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian diperoleh nilai positif pada variabel *assurance* dan *emphaty*. Artinya semakin tinggi *assurance* dan *emphaty* yang diberikan pegawai, maka semakin tinggi pula kepuasan peserta diklat. Begitupula sebaliknya, semakin rendah *assurance* dan *emphaty* yang diberikan maka semakin rendah tingkat kepuasan peserta diklat.

Dimensi *reliability*, *responsive* dan *tangible* diketahui tidak berpengaruh terhadap kepuasan peserta diklat di Pusdiklat Yogyakarta. Penelitian Apriliya (2013) menunjukkan tidak ada pengaruh antara *reliability* terhadap kepuasan pelanggan. Tidak adanya pengaruh tersebut dikarenakan meskipun pegawai tidak memiliki kemampuan dengan segera dalam memberikan pelayanan, namun sikap sopan secara konsisten membuat peserta diklat tetap merasakan pelayanan yang puas.

Penelitian Adhiwidharta juga membuktikan variabel *responsive* dan *tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pada umumnya daya tanggap dan fasilitas fisik yang memadai mampu memberikan pengaruh terhadap tingkat kepuasan terhadap konsumen. Namun dalam penelitian ini justru tidak ada pengaruh *responsive* dan *tangible* terhadap kepuasan peserta diklat. Hal tersebut dapat dikarenakan adanya kemudahan akses bagi peserta untuk sampai ke lokasi diklat dari wisma penginapan, sehingga peserta lebih santai dan tidak terburu-buru menuju lokasi diklat.

Koefisien determinasi menunjukkan besarnya prosentase variasi dari variabel independent yang dapat dijelaskan oleh variabel – variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan besarnya koefisien determinasi (adj.R^2) = 0,539 yang menunjukkan bahwa 53,9% kepuasan peserta diklat dapat dijelaskan melalui kualitas pelayanan dan sisanya sebesar 46,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Berdasarkan hasil penelitian, teori dan penelitian sebelumnya mendukung hipotesis bahwa kualitas pelayanan meliputi *tangible*, *reliability*, *responsive*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan peserta diklat di Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta. Untuk meningkatkan kepuasan peserta diklat, seluruh karyawan harus mampu memperhatikan kualitas pelayanan *assurance* dan *emphaty* yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan peserta diklat.

2. Kualitas Pelayanan di Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta.

Kualitas pelayanan yang diberikan pihak Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta diketahui sebanyak 42 (45,16%) dengan kategori cukup baik. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Penilaian kualitas pelayanan diperoleh berdasarkan jawaban responden yang merasakan pelayanan sesuai dengan apa yang mereka harapkan dan

inginkan. Distribusi jawaban responden menunjukkan sebanyak 54 (58,06%) peserta menyatakan setuju jika pegawai pusdiklat memiliki kesediaan untuk membantu peserta diklat. Sesuai pernyataan Henryanto (2014: 4) yang menyatakan bahwa pegawai yang memiliki kemampuan melaksanakan tugas secara spontan dalam membantu pelanggan dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepuasan bagi pelanggan.

Hasil tren atau kecenderungan jawaban diperoleh nilai tertinggi sebesar 3,68 pada variabel *assurance* pernyataan “pegawai secara konsisten bersikap sopan”. Artinya pegawai pusdiklat mampu memberikan pelayanan dengan sopan secara konsisten. Sedangkan hasil tren terendah diperoleh nilai 3,47 pada variabel *emphaty* pernyataan “pegawai memberikan perhatian individual kepada peserta diklat”. Hal ini menunjukkan bahwa perhatian tulus dengan berupaya memahami keinginan pelanggan menjadi penilaian yang paling rendah sehingga perlu adanya peningkatan *emphaty* pegawai dalam memberikan pelayanan.

Adanya persaingan yang ketat antara perusahaan pelatihan dan pendidikan satu dengan yang lain membuat perusahaan harus selalu berusaha mengembangkan suatu strategi untuk mendapatkan respon yang positif dan terbaik dari pelanggan seperti yang diinginkan salah satunya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan memperbaiki dan meningkatkan kompetensi

para pegawai, mengingat pegawai merupakan pihak perusahaan yang berhubungan secara langsung dalam memberikan pelayanan kepada peserta diklat.

3. Kepuasan Peserta Diklat di Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta.

Kepuasan peserta diklat di Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta diketahui sebanyak 44 (47,31%) dengan kategori puas. Kotler dan Kevin (2009: 139) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk/ jasa dan harapan-harapannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar peserta diklat merasakan kinerja dan hasil kerja pegawai Pusat Pendidikan dan Pelatihan BPK Yogyakarta telah sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Didukung penelitian Henryanto (2014: 3) yang menunjukkan kepuasan peserta diklat pada Badan Kepegawaian Daerah di Mentawi juga berada pada kategori puas. Peserta diklat yang merasa puas dengan pelayanan pegawai di Pusat Pendidikan dan Pelatihan BPK Yogyakarta dikarenakan pegawai mampu memberikan pelayanan dengan sigap tanpa menunda-nunda. Hal tersebut dinyatakan oleh 58 (62,37%) peserta diklat yang menerima pelayanan dengan sigap sehingga membuat peserta merasa keperluan mereka diprioritaskan oleh pegawai.

Kepuasan peserta diklat diketahui sebanyak 1 responden (1,08%) merasa sangat kurang puas dikarenakan responden tidak merasakan hasil kinerja secara maksimal dan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Sebanyak 7 (7,5%) responden menyatakan tidak setuju jika pegawai dapat menjawab pertanyaan yang diajukan peserta diklat. Artinya tingkat pengetahuan pegawai dalam memberikan penjelasan masih kurang, sehingga menurunkan keyakinan peserta diklat dalam menggunakan jasa Pusdiklat. Ririn dan Mastuti (2011: 117-118) menjelaskan bahwa konsumen yang yakin dengan produk/ jasa tertentu cenderung akan memberikan tingkat kepuasan yang tinggi, begitupula sebaliknya.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan pihak Pusdiklat BPK Yogyakarta untuk meningkatkan kepuasan peserta ialah dengan meningkatkan kualitas pelayanan melalui perbaikan kinerja pegawai. SDM merupakan kunci keberhasilan kinerja perusahaan yang harus mendapatkan perhatian utama dalam perbaikan kualitas pelayanan. SDM yang berpengetahuan dan memiliki ketrampilan baik dapat memberikan pelayanan yang memuaskan dibandingkan dengan SDM yang memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang kurang.

4. Upaya Meningkatkan Kualitas Layanan di Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta.

Upaya meningkatkan kualitas layanan di Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta dapat ditingkatkan melalui perbaikan dimensi *tangible*, *reliability*, *responsive*, *assurance* dan *empathy*. Kecenderungan jawaban responden tren tertinggi sebesar 3,68

pada variabel *assurance*. Hal tersebut menunjukkan sebagian besar peserta diklat memberikan jawaban benar bahwa Pegawai Pusdiklat secara konsisten bersikap sopan. Artinya kesopanan pegawai dalam melayani peserta merupakan faktor utama yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang baik.

Kualitas layanan dapat ditingkatkan dengan memperhatikan dimensi *responsive*. Kecenderungan jawaban responden indikator *responsive* tren sebesar 3,59 menyatakan bahwa sebagian besar peserta menyatakan benar jika pegawai memiliki kesediaan untuk membantu peserta diklat. Hal ini menunjukkan bahwa kemauan pegawai untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Selain itu, dimensi *tangibles* diperoleh nilai tren sebesar 3,49, dimana sebagian besar responden menyatakan benar bahwa materi berkaitan yang diberikan pusdiklat memiliki daya tarik visual. Kualitas pelayanan yang baik dapat ditingkatkan melalui pemberian sarana prasarana fisik yang berdaya tarik.

Peningkatan kualitas pelayanan dengan memperbaiki dimensi *reability*. kecenderungan jawaban responden dimensi *realibiliti* menunjukkan nilai tren sebesar 3,52, yang menyatakan benar bahwa pegawai memberikan pelayanan jasa sesuai yang dijanjikan. Kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang tepat dan terpercaya akan memberikan persepsi positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Sebagian besar responden menyatakan benar jika waktu beroperasi (jam

kantor) pusdiklat sangat nyaman. Waktu operasional kantor yang nyaman dapat mempengaruhi kualitas pelayanan yang baik karena waktu yang diberikan perusahaan sesuai dengan waktu aktivitas konsumen.

Menurut Moenir (2002: 26-27) terdapat beberapa faktor yang mendukung berjalannya suatu pelayanan dengan baik salah satunya ialah kesadaran para petugas dalam pelayanan. Pelaksanaan pelayanan berupa *tangible, reliability, responsive, assurance* dan *empathy* tidak lepas dari kesadaran petugas dalam memberikan pelayanan. Petugas yang memiliki kesadaran memberikan pelayanan yang terbaik akan senantiasa melakukan berbagai upaya untuk memenuhi harapan dan keinginan konsumen, sehingga kualitas pelayanan akan tercapai dengan maksimal.

Peningkatan kualitas layanan di Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta dapat ditingkatkan melalui dimensi *assurance, responsive, tangible, reliability* dan *emphaty*. Dimensi *assurance* merupakan dimensi yang mampu memberikan kepuasan terhadap peserta diklat dengan penilaian tertinggi, sehingga dapat dijadikan upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan bagi perusahaan. Sedangkan dimensi *emphaty* merupakan dimensi dengan tingkat penilaian terendah sehingga perlu ditindak lanjuti untuk dilakukan perbaikan, dengan memberikan pelayanan dan perhatian yang menyeluruh dengan sopan mengutamakan nilai social dimasyarakat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta diklat di Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta dengan perolehan nilai F hitung sebesar 22,513 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.
2. Kualitas pelayanan di Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta diketahui sebanyak 42 (45,16%) dengan kategori cukup baik dikarenakan pegawai pusdiklat memiliki kesediaan untuk membantu peserta diklat.
3. Kepuasan peserta diklat di Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta diketahui sebanyak 47 (47,31%) dengan kategori puas dikarenakan pegawai mampu memberikan pelayanan dengan sigap tanpa menunda-nunda.
4. Upaya meningkatkan kualitas layanan di Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta dapat ditingkatkan melalui pemerian pelayanan dengan mengacu pada dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible*, dimana *assurance*

merupakan dimensi yang memiliki tingkat penilaian tertinggi dari peserta sehingga dapat dijadikan upaya peningkatan kualitas layanan yang lebih optimal.

C. Saran

a. Secara teoritis

Hasil penelitian dapat menambah wawasan dan menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Bagi peneliti dimasa mendatang disarankan untuk mengkaji faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan peserta diklat selain kualitas pelayanan.

b. Secara praktis

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan informasi dan evaluasi terhadap kinerja yang telah dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada peserta diklat. Pegawai pusdiklat diharapkan terus meningkatkan kualitas pelayanan terutama pada dimensi *emphaty* dan *tangible*, dimana sebagian besar peserta diklat menilai bukti fisik dan empati yang diberikan pegawai masih belum sesuai dengan harapan peserta diklat sehingga perlu ditingkatkan untuk memperoleh penilaian yang baik dimata peserta diklat. Sedangkan dimensi pelayanan seperti *responsive* dan *assurancy* dinilai sudah baik, sehingga perlu dipertahankan dan tetap ditingkatkan untuk mempertahankan kepuasan peserta diklat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Yusri. (2015). Pengaruh *Excellent Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Pizza Hut Malang Town Square). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB Vol. 1 No. 2 Januari 2015)*
- Adiwidharta, Tatang. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Dexter's Steak and Shake Malang. *Jurnal Penelitian FTP Malang 2014*
- Alfiani Arifah. (2016). *Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Administrasi Akademik di Subbag Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta*". Skripsi : FKIP Manajemen Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Apriliya, Viona. (2013). *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J.Co Cabang Padang*. Naspub: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
- Arikunto, S. (2007) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi VI*. Rineka Apta: Jakarta.
- Aritonang. (2010). *Kepuasan Pelanggan, Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Halomoan, Samuel. (2012). *Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit Bhayangkara Sartika Asih Bandung*. Skripsi: Universitas Widyatama Bandung
- Hardiyati, Ratih. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan Villa Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*. Skripsi. Universitas Diponegoro

- Henryanto. (2014). Analisis Tingkat Kepuasan Peserta Diklat Dari Kualitas Pelayanan Diklat Badan Kepegawaian Daerah Kabupaten Kepulauan Mentawai. *Jurnal KBP Volume 2 - No. 1, Maret 2014*
- Kotler dan Kevin. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I*. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.
- Moenir. (2002). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara,
- Nilasari dan Istiatin. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo. *Jurnal Paradigma Vol. 13, No. 01, Februari – Juli 2015*.
- Panjaitan, Januar Efendi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 2, September 2016*
- Parasuraman, Zeithaml, V.A and L.L. Berry. (1990). *Delivery Quality Service*. New York: The Free Press.
- Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti H Aksa (2011) *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Santoso, Singgih. (2001). *SPSS Versi Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Simomara. (2009). *Riset Pemasaran, Cetakan Pertama*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Slovin. (1960). *Metologi Penelitian: Pengambilan Sampel, Populasi dan Sampling*. Jakarta: UI-Press
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Supranto. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta : Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandy. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayu media Publishing.

Tjiptono, F dan Chandra G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.

Wardani, Septia Rachma. (2015). *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Jamaah Umroh PT. Nur Ramadhan Yogyakarta*. Skripsi : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Wicaksono. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi : Universitas Diponegoro Semarang

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat