

**ANALISA PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
PADA KEPUASAN PELANGGAN PAUD BAI
DI GAMPING SLEMAN YOGYAKARTA**

Tesis



Diajukan oleh :

BUDI SUTRISNO

161103170

Kepada

MAGISTER MANAJEMEN

STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA

2018

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisa pengaruh kualitas pelayanan dilihat dari lima dimensi: atribut fisik, kehandalan, koresponsifan, jaminan dan kepastian, dan empati sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Perumusan masalah diawali dari identifikasi munculnya isu-isu keluhan pelanggan tentang layanan PAUD BAI di Gamping Sleman Yogyakarta, sehingga rumusan masalah penelitian ini adalah beberapa pelanggan belum puas dengan kualitas layanan PAUD BAI.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut fisik, kehandalan, koresponsifan, kepastian, dan empati secara parsial maupun simultan pada kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui dimensi kualitas yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan PAUD BAI.

Desain penelitian ini adalah penelitian survey dengan sampel semua pelanggan PAUD BAI sehingga penelitian ini disebut penelitian populatif. Untuk analisis data dan menguji hipotesis digunakan regresi linier berganda dengan melakukan uji t dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut fisik, koresponsifan, jaminan dan kepastian, dan empati secara parsial berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan PAUD BAI. Kehandalan secara parsial berpengaruh negatif pada kepuasan pelanggan. Variabel jaminan dan kepastian adalah variabel yang memberikan pengaruh paling dominan pada kepuasan pelanggan PAUD BAI.

Prosentasi sumbangan pengaruh simultan variabel atribut fisik, kehandalan, koresponsifan, jaminan dan kepastian, dan empati pada kepuasan pelanggan PAUD BAI 94,90%, sisanya, 5,10% merupakan nilai kepuasan konsumen PAUD BAI yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : lima dimensi kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, regresi linier berganda,

PENGESAHAN

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 17 April 2018

Budi Sutrisno

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil ‘alamin, segala puji hanya milik Allah SWT, Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya. Atas ridho Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan PAUD BAI di Gamping Sleman Yogyakarta”. Tesis ini diajukan kepada Magister Manajemen STIE WIDYA WIWAHA Yogyakarta sebagai salah satu persyaratan mencapai derajat S-2 pada Program Studi Magister Manajemen.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan, dan kerja keras serta ridho Allah SWT, penyusunan tesis ini tidak akan selesai. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan arahan, dorongan, bantuan moral maupun spiritual selama penulis menjalani masa studi dan dalam menyelesaikan tesis. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Dr. Endy Gunanto Marsasi, M.M, Dosen Pembimbing I, yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan ilmunya guna membimbing, mengarahkan, memotivasi, dan memberi saran serta masukan yang membangun sehingga tesis ini dapat diselesaikan.

2. Dra. Uswatun Chasanah, M. Si., Dosen Pembimbing II, yang dengan sikap kesabarannya memberikan motivasi, semangat, meluangkan waktu, tenaga dan ilmunya guna membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan tesis.
3. Drs. Anas Hidayat, M.B.A., Ph.D., Dosen Penguji Utama pada Ujian Tesis, yang telah memberikan masukan perbaikan sehingga tesis ini dapat diselesaikan.
4. Seluruh dosen STIE Widya Wiwaha, terkhusus dosen Program Pascasarjana Magister Manajemen yang telah memberikan ilmu, saran dan nasehat.
5. Para Staf Administrasi yang telah menyediakan kemudahan pelayanan administrasi selama penulis menjalani masa studi.
6. Teman seperjuangan Pak Gatot dan Mbak Bibah yang memberikan informasi, motivasi, dan semangat kebersamaan dalam menyelesaikan studi.

Penulis tidak dapat membalas jasa budi baik dari semua pihak yang telah membantu penulis selama studi dan khususnya menyelesaikan tesis ini, semoga amal baiknya mendapat ridho dan berkah dari Allah SWT serta diberikan kebahagiaan dunia dan akhirat. Penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat terutama bagi pengembangan ilmu.

Yogyakarta, April 2018

Budi Sutrisno

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Pertanyaan Penelitian	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Penelitian Terdahulu	7
B. Teori Tentang Kualitas Pelayanan	12
C. Teori Tentang Kepuasan Pelanggan	14
D. Model Penelitian	16
E. Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Desain Penelitian	18
B. Definisi Operasional	18
B.1. Variabel <i>Tangibles</i> atau Atribut Fisik	18
B.2. Variabel <i>Reliability</i> atau Kehandalan	19
B.3. Variabel <i>Responsiveness</i> atau Keresponsifan	19
B.4. Variabel <i>Assurance</i> atau Jaminan dan Kepastian	20
B.5. Variabel <i>Empathy</i>	20
B.6. Variabel Kepuasan Pelanggan	21
C. Populasi dan Sampel	21
D. Instrumen penelitian	21

E. Pengujian Validitas, Reliabilitas, dan Analisa Faktor	22
F. Pengumpulan Data	24
G. Metode Analisis Data	25
H. Pengujian Hipotesis	26
H.1. Uji Signifikansi Partial (Uji T)	26
H.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
A. Deskripsi Data	29
A.1. Profil Responden	29
A.2. Analisis Deskripsi Variabel	31
A.2.1. Jawaban Responden Tentang Variabel Atribut Fisik	31
A.2.2. Jawaban Responden Tentang Variabel Kehandalan	32
A.2.3. Jawaban Responden Tentang Variabel Keresponsifan	33
A.2.4. Jawaban Responden Tentang Variabel Jaminan dan Kepastian ...	35
A.2.5. Jawaban Responden Tentang Variabel Empati	36
A.2.6. Jawaban Responden Tentang Variabel Kepuasan Pelanggan	37
A.2.7. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	38
A.2.8. Analisis Faktor	41
B. Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis	43
B.1. Analisis Data	43
B.2. Pengujian Hipotesis	44
B.2.1. Pengujian Hipotesis 1	44
B.2.2. Pengujian Hipotesis 2	45
B.2.3. Pengujian Hipotesis 3	46
B.2.4. Pengujian Hipotesis 4	46
B.2.5. Pengujian Hipotesis 5	47
B.2.6. Uji Variabel yang Paling Dominan	48
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	49
A. Simpulan	49
B. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	52

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	29
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
Tabel 4.3. Profil Responden berdasarkan Pekerjaan.....	30
Tabel 4.4. Lamanya Waktu Menggunakan Jasa	30
Tabel 4.5. Jawaban Responden Tentang Variabel Atribut Fisik	32
Tabel 4.6. Jawaban Responden Tentang Variabel Kehandalan.....	33
Tabel 4.7. Jawaban Responden Tentang Variabel Keresponsifan.....	34
Tabel 4.8. Jawaban Responden Tentang Variabel Jaminan dan Kepastian.....	35
Tabel 4.9. Jawaban Responden Tentang Variabel Empati.....	36
Tabel 4.10. Jawaban Responden Tentang Variabel Kepuasan Pelanggan.....	37
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Atribut Fisik.....	38
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kehandalan	38
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keresponsifan.....	39
Tabel 4.14. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Jaminan dan Kepastian.....	39
Tabel 4.15. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Empati.....	40
Tabel 4.16. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan	40
Tabel 4.17 <i>Anti-image Matrices</i>	41
Tabel 4.18 <i>Total Variance Explained</i>	42
Tabel 4.19 <i>Anti-image Matrices</i>	42
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	43
Tabel 4.21 Analisa F-Hitung.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.22 Analisa Besaran Pengaruh.....	48

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagaimana telah kita ketahui bersama bahwa pada periode tahun 2012 sampai 2035 bangsa Indonesia dikaruniai oleh Tuhan Yang Maha Esa potensi sumber daya manusia berupa bonus demografi (*demographic dividend*) dimana jumlah penduduk usia muda lebih banyak dibandingkan dengan penduduk usia tua, populasi usia produktif yang jumlahnya luar biasa. Dari data yang diperoleh Badan Pusat Statistik 2011 bahwa jumlah anak usia 0-9 tahun mencapai 45,93 juta, sedangkan anak usia 10-19 tahun berjumlah 43,55 juta jiwa. Mereka inilah anak-anak kader Generasi Emas 2045, karena nantinya pada 2045 mereka yang berusia 0-9 tahun akan berusia 35-45 tahun dan yang berusia 10-19 tahun akan berusia 45-54 tahun. Orang-orang usia ini lah yang nantinya akan menjadi pemegang pemerintahan dan roda kehidupan di Indonesia.

Bonus demografi ini harus dikelola dan dimanfaatkan dengan baik sehingga dapat diwujudkan generasi penerus bangsa yang berkualitas, berkarakter, cerdas, dan generasi yang kompetitif. Untuk itu peran strategis pembangunan bidang pendidikan untuk mewujudkan hal tersebut menjadi sangat penting.

Pemerintah telah menyiapkan *Grand Design* guna mewujudkan cita-cita bangkitnya Generasi Emas pada tahun 2045. Salah satu *Grand Design* yang dicanangkan adalah peningkatan kualitas dan pemerataan pendidikan bagi anak usia dini. Kelompok anak usia 0-9 tahun menjadi target yang lebih diutamakan karena selain mereka belum terlalu terpengaruh oleh pergaulan bebas, usia dini

merupakan masa keemasan (*the golden age*) seorang anak. Fase tersebut juga menjadi periode yang sangat penting dalam perkembangan fisik dan mental seorang manusia.

Besarnya dukungan pemerintah pada pendidikan anak usia dini menjadikan semaraknya pendirian lembaga-lembaga PAUD. Berdasarkan data Statistik Persekolahan PAUD 2015/2016 PDSPK Kemdikbud, PAUD di Indonesia pada tahun 2012 berjumlah 100.461 lembaga dan mengalami kenaikan 8% hingga tahun 2014 dengan 108.750 lembaga. Namun pada tahun 2015 dengan semakin ketatnya persaingan antar PAUD menjadikan jumlah lembaga PAUD di Indonesia turun 4% menjadi 103.960 lembaga PAUD.

Kondisi yang sama juga terjadi di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, berdasarkan data BPS Propinsi DIY, pada tahun 2012 jumlah lembaga PAUD (jenis program : KB+TPA+SPS) berjumlah 3.418 lembaga dan mengalami kenaikan 8% hingga tahun 2014 dengan 3.587 lembaga. Namun ketatnya persaingan antar PAUD menjadikan jumlah lembaga PAUD di DIY tahun 2015 turun 20% menjadi 2.835 lembaga. Ditahun 2016 jumlah lembaga PAUD di DIY turun 3% dibandingkan tahun 2015 menjadi 2.747 lembaga.

Persaingan yang semakin ketat menuntut lembaga PAUD untuk selalu meningkatkan kualitas layanan agar dapat bertahan dan terus berkembang. Lembaga PAUD harus memperhatikan dimensi kualitas layanan yang penting dan berpengaruh pada kepuasan pelanggan, agar lembaga PAUD dapat mempertahankan eksistensinya.

PAUD Bhakti Anak Indonesia (BAI) merupakan salah satu PAUD Swasta di Yogyakarta yang berorientasi mewujudkan generasi penerus bangsa yang berkualitas, berkarakter, cerdas, dan generasi yang kompetitif dengan menerapkan strategi membina potensi kreatif awal dan membangun karakter dengan 1) memberikan kebebasan untuk belajar, bermain, dan berinteraksi dan menumbuhkan tanggung jawab anak; 2) memupuk perilaku positif; 3) menumbuhkan sikap mandiri; 4) memupuk disiplin diri.

Sebagai lembaga pendidikan baru, PAUD BAI menghadapi persaingan yang sangat ketat antar lembaga PAUD. Untuk itu lembaga PAUD BAI perlu menerapkan strategi pemasaran yang berorientasi pada peningkatan kualitas layanan untuk memuaskan pelanggan. Pilihan strategi pemasaran ini sesuai dengan pendapat Kotler yang menerangkan bahwa salah satu point untuk dapat memenangkan persaingan adalah kepuasan pelanggan. (Kotler, 2012:87). Kotler (2012) menekankan bahwa setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan pada setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Munculnya isu-isu pelanggan tentang keluhan atas layanan manajemen dan guru pendamping. Beberapa pelanggan mengeluhkan kurangnya kesiapan dan kecepatan guru pendamping ketika menyambut orang tua di pagi hari, dimana mereka sangat membutuhkan layanan yang cepat agar mereka dapat segera berangkat kerja dan tidak terlambat sampai di tempat kerja.

Beberapa pelanggan mengeluhkan kebersihan dan kenyamanan ruang belajar, ruang bermain dan ruang istirahat. Ruang belajar dan bermain kurang luas

dan udaranya panas. AC di ruang tidur tidak dingin sehingga mereka mengkhawatirkan anak-anaknya tidak bisa istirahat dengan baik.

Beberapa pelanggan mengeluhkan biaya pendidikan, biaya *overtime* dinilai terlalu mahal, dan waktu pelayanan kurang panjang. Waktu operasional khususnya di hari Jum'at sampai dengan pukul 16.00 WIB dirasakan kurang panjang oleh beberapa pelanggan karena mereka pulang kerja pukul 17.00 WIB.

B. Rumusan Masalah

Beberapa pelanggan belum puas dengan kualitas layanan PAUD BAI.

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka pertanyaan penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh positif atribut fisik pada kepuasan pelanggan.
2. Apakah ada pengaruh positif kehandalan pada kepuasan pelanggan.
3. Apakah ada pengaruh positif koresponsifan pada kepuasan pelanggan.
4. Apakah ada pengaruh positif jaminan dan kepastian pada kepuasan pelanggan.
5. Apakah ada pengaruh positif empati pada kepuasan pelanggan.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Guna mengetahui pengaruh atribut fisik pada kepuasan pelanggan.
2. Guna mengetahui pengaruh kehandalan pada kepuasan pelanggan.
3. Guna mengetahui pengaruh koresponsifan pada kepuasan pelanggan.
4. Guna mengetahui pengaruh jaminan dan kepastian pada kepuasan pelanggan.
5. Guna mengetahui pengaruh empati pada kepuasan pelanggan.

E. Manfaat penelitian

Secara umum penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak baik yang terkait secara langsung maupun tidak langsung. Secara khusus manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini memberikan masukan bagi manajemen tentang penilaian konsumen secara umum tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan atas layanan PAUD BAI.
 - b. Penelitian ini memberikan masukan bagi manajemen tentang dimensi kualitas layanan yang penting untuk membentuk kepuasan pelanggan, dan memberikan saran perbaikan pada dimensi kualitas layanan yang belum optimal.

- c. Bagi peneliti dan pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang pentingnya penerapan kualitas layanan yang optimum dalam menjalankan bisnis Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) sehingga retensi pelanggan dapat tercapai.

2. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan informasi terkait permasalahan kepuasan konsumen atas kualitas layanan jasa yang diberikan suatu lembaga atau organisasi yang berbisnis di bidang jasa.
- b. Penelitian ini diharapkan menambah khasanah penelitian pada Program Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.
- c. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian yang sama di masa yang akan datang.
- d. Penelitian ini dapat memberikan gambaran dimensi kualitas mana yang dominan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Astiyana Mustika S. pada tahun 2016 dalam Publikasi *Electronic Theses & Dissertations* (ETD) Universitas Gadjah Mada, yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Bengkel Resmi Honda: Kasus pada AHASS Adi Motor Kendal, Jawa Tengah”. Penelitian ini melakukan pengujian dua kali yaitu Pertama, pengujian regresi linier berganda dengan variabel independen (kualitas layanan) dan variabel dependen (kepuasan konsumen). Kedua, pengujian regresi linier sederhana dengan variabel independen (kepuasan konsumen) dan variabel dependen (loyalitas konsumen). Populasi dalam penelitian ini para pelanggan AHASS Adi Motor. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah responden 120 orang. Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepastian dan variabel empati berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan AHASS Adi Motor. Sementara variabel kehandalan, variabel koresponsifan, dan variabel atribut fisik tidak berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan AHASS Adi Motor.

Penelitian yang dilakukan oleh Florensia Kurnia P pada tahun 2014 dalam Publikasi *Electronic Theses & Dissertations* (ETD) Universitas Gadjah Mada, yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Flarent Salon and SPA Yogyakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan antara harapan dan persepsi pelanggan

terhadap kinerja Flaurent Salon and Spa pada masing-masing dimensi yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy dan pada dimensi total. Selain itu penelitian ini juga menganalisis pengaruh kualitas layanan pada kepuasan pelanggan, pengaruh kualitas layanan pada loyalitas, pengaruh kepuasan pada loyalitas, serta pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan baik secara parsial maupun simultan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel antara (mediator). Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah 180 responden. Metode pengambilan sampel adalah dengan purposive sampling. Instrumen penelitian adalah kuesioner yaitu kuesioner SERVQUAL yang diadopsi dari Parasuraman et al. (1985) serta kuesioner yang diadopsi dari Mohsan et al. (2011) dengan pengukuran menggunakan skala Likert dengan skor 1 sampai 5. Metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji t berpasangan untuk hipotesis pertama dan regresi linear sederhana untuk hipotesis kedua hingga hipotesis keempat dan regresi linear berganda untuk menguji hipotesis kelima. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat perbedaan bermakna antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap kinerja Flaurent Salon dan SPA pada masing-masing dimensi maupun pada dimensi total (nilai sig=0,000), kualitas layanan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan (nilai sig=0,001), kualitas layanan berpengaruh positif pada loyalitas (nilai sig=0,000), kepuasan pelanggan berpengaruh positif pada loyalitas (nilai sig=0,000), serta kualitas layanan (nilai sig=0,031) dan kepuasan pelanggan (nilai sig=0,000) berpengaruh positif pada loyalitas baik secara parsial maupun

simultan serta terbukti kepuasan merupakan mediator dengan mediasi sebagian (nilai sig ANOVA=0,000).

Penelitian yang dilakukan oleh Made Adiguna Kusuma dan Ketut Nurcahya pada tahun 2013 dalam Publikasi E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana Bali, yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bali Summer Restaurant Kuta”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara serempak dan parsial terhadap kepuasan konsumen pada Bali Summer Restaurant Kuta. Penelitian ini dilakukan di Bali Summer Restaurant Kuta, yang beralamat di Jl. Pantai Kuta No. 38, Br. Pande Mas, Kuta, Badung - Bali. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 120 responden, yang diambil berdasarkan teknik purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian diperoleh bahwa: kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Bali Summer Restaurant Kuta. Berdasarkan hasil penelitian ini, implikasi praktis yang diperoleh pihak manajemen Bali Summer Restaurant Kuta diharapkan tetap mempertahankan variabel empati yang terdiri dari komunikasi yang baik, keramahan dan kesabaran karyawan.

Penelitian yang dilakukan oleh H.M.R.S.S.Gunawardana, Kulathunga D. dan W.L.M.V.Perera, pada tahun 2015 dalam Jurnal Internasional Manajemen Bisnis Universitas Gadjah Mada Vol. 17 No. 1 (Januari-April 2015) yang

berjudul “*Impact of Self Service Technology Quality on Customer Satisfaction: A Case of Retail Banks in Western Province in Sri Lanka*”. Penelitian ini mengeksplorasi kualitas yang dirasakan dari layanan teknologi dan efeknya terhadap kepuasan pelanggan. Survei literatur dan wawancara mendalam membantu untuk merumuskan dimensi kualitas: keamanan, efisiensi, kenyamanan penggunaan, keandalan dan kenyamanan dan dimensi-dimensi tersebut dinilai melalui kuesioner. Penelitian ini mensurvei 215 pelanggan dari enam cabang bank komersial yang mendominasi dan terletak di Provinsi Sri Lanka Barat. Data dijadikan sebagai komponen Sasaran Analisis Utama dan beberapa faktor yang tertahan di tarik ke arah yang berlawanan menggunakan regresi berlipat untuk memperoleh akses terhadap pengaruh dimensi-dimensi kualitas terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keandalan dan kenyamanan memiliki dampak positif pada kepuasan pelanggan sedangkan efisiensi memiliki dampak negatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Saroha Manullang pada tahun 2015 dalam Disertasi Program Pascasarjana Universitas Udayana Bali, yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai Terhadap Kepuasan, Citra, Dan Loyalitas Wisatawan Berkunjung Ke Bali”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan dan citra pariwisata Bali; (2) pengaruh citra pariwisata dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas wisatawan yang berkunjung ke Bali; (3) pengaruh kepuasan wisatawan terhadap citra pariwisata dan loyalitas wisatawan yang berkunjung ke Bali; (4) pengaruh citra pariwisata secara tidak

langsung terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan; (5) pengaruh kualitas pelayanan secara tidak langsung terhadap loyalitas wisatawan melalui citra pariwisata; dan (6) untuk mengetahui pendapat wisatawan atas kualitas pelayanan Bandara Internasional Ngurah Rai Bali. Populasi penelitian ini adalah seluruh wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bali melalui Bandara Ngurah Rai pada waktu penelitian dilakukan bulan agustus 2014 sampai dengan maret 2015. Sampel penelitian berjumlah 348 responden yang dipilih dengan teknik nonprobability sampling, accidental sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara, dan observasi. Data yang terkumpul dianalisis dengan SERVQUAL, Importance Performance Analysis (IPA), dan Structural Equation Modelling (SEM) untuk pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan (1) kualitas pelayanan Bandara Internasional Ngurah Rai Bali berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan dan citra pariwisata Bali; (2) citra pariwisata dan kualitas pelayanan Bandara Internasional Ngurah Rai Bali berpengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan; (3) kepuasan wisatawan berpengaruh positif terhadap citra pariwisata dan loyalitas wisatawan yang berkunjung ke Bali; (4) citra pariwisata berpengaruh positif terhadap loyalitas melalui kepuasan wisatawan; (5) kualitas pelayanan Bandara Internasional Ngurah Rai Bali berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan melalui citra pariwisata; dan (6) secara keseluruhan pendapat wisatawan atas kualitas pelayanan dalam kategori tinggi, dengan pendapat kualitas tertinggi terdapat pada dimensi tangible dan pendapat kualitas terendah di bawah rata-rata berada pada dimensi *reliability*.

B. Teori Tentang Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2001) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Lewis dan Boom dalam Tjiptono dan Chandra (2005), kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Menurut Moven (2002) Kualitas pelayanan merupakan evaluasi pelanggan tentang kesempurnaan kinerja layanan.

Tiga pendapat di atas menjelaskan bahwa kualitas pelayanan akan dipersepsikan baik apabila pelayanan yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas pelayanan akan dipersepsikan ideal apabila pelayanan yang dirasakan melampaui apa yang diharapkan. Sebaliknya, kualitas pelayanan akan dipersepsikan buruk apabila pelayanan yang dirasakan lebih jelek dari apa yang diharapkan.

Untuk mengukur kualitas pelayanan jasa digunakan questioner yang dikembangkan oleh Zeithaml, Parasuraman & Berry (2004) yang disebut SERVQUAL (*Service Quality*) yaitu suatu kuesioner untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas layanan yang meliputi lima dimensi, yaitu :

1. Tangibles, atau atribut fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. ini meliputi fasilitas fisik (Gedung, Gudang, dan lainnya), teknologi (peralatan

dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawainya. Secara singkat dapat diartikan sebagai penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi.

2. Reliability, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan pelanggan berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan dengan akurasi tinggi. Secara singkat dapat diartikan sebagai kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat, tepat waktu, dan dapat dipercaya.
3. Responsiveness, atau koresponsifan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Secara singkat dapat diartikan sebagai kemauan untuk membantu pelanggan dengan memberikan layanan yang baik dan cepat.
4. Assurance, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari komponen: komunikasi (*Communication*), kredibilitas (*Credibility*), keamanan (*Security*), kompetensi (*Competence*), dan sopan santun (*Courtesy*). Secara singkat dapat diartikan sebagai pengetahuan dan keramahan personil dan kemampuan personil untuk dapat dipercaya dan diyakini.

5. Empathy, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Secara singkat dapat diartikan sebagai usaha untuk mengetahui dan mengerti kebutuhan pelanggan secara individual. Menurut Parasuraman, dkk (1990), Reliability secara konsisten merupakan dimensi paling kritis, kemudian tingkat ke-2 assurance, ke-3 oleh tangibles (terutama oleh perusahaan perbankan), ke-4 oleh responsiveness, dan kadar kepentingan yang paling rendah adalah empathy.

C. Teori Tentang Kepuasan Pelanggan

Orientasi pada kepuasan pelanggan menjadi fokus perhatian tiap pelaku usaha dalam berbagai kategori usaha. Pelaku usaha menempatkan variabel kepuasan pelanggan sebagai strategi untuk memenangkan persaingan bisnis.

Dilihat dari linguistik, kata kepuasan atau “*satisfaction*” berasal dari Bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono, 2007:349). Howard dan Sheth dalam Tjiptono (2007:349) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli yang berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dengan pengorbanan yang

dilakukan. Bitner dan Zeithaml dalam Akbar dan Parves (2009:27) menyatakan bahwa kepuasan adalah evaluasi pelanggan tentang produk atau pelayanan, apakah produk atau layanan itu telah memenuhi kebutuhan dan harapan mereka.

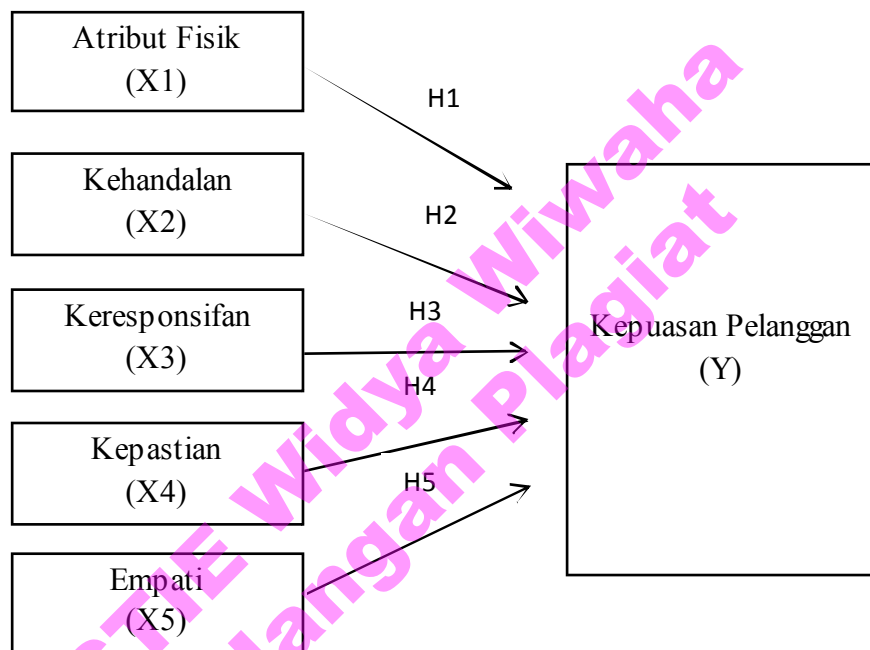
Pelanggan mengalami berbagai tingkat kepuasan dan ketidakpuasan setelah mengalami atau merasakan masing-masing jasa sesuai dengan sejauhmana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui. Harapan adalah standar internal yang digunakan pelanggan untuk menilai kualitas suatu pengalaman jasa (Lovelock dan Wright, 2007:93). Setiap perusahaan harus menjaga kualitas jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Apabila kualitas jasa yang diterima oleh pelanggan lebih baik atau sama dengan yang dibayangkan, maka pelanggan cenderung akan mencoba kembali. Akan tetapi, apabila *perceived services* lebih rendah dari *expected services* maka pelanggan akan kecewa yang mengakibatkan pelanggan berhenti berhubungan dengan perusahaan yang bersangkutan (Alma, 2005:282).

Berdasarkan pendapat para ahli di atas bahwa kepuasan pelanggan merupakan fungsi kinerja produk/layanan dan fungsi harapan. Fungsi kinerja berkaitan dengan kualitas dan nilai yang dirasakan, dan fungsi harapan berkaitan dengan harapan pelanggan tentang apa yang akan diterima bila ia mengkonsumsi suatu produk/jasa.

Kepuasan adalah perasaan yang bersifat positif seperti senang dan bahagia atau bersifat negatif seperti kecewa yang muncul dalam membandingkan antara kinerja suatu produk atau jasa yang dirasakan dengan yang diharapkan. Apabila kinerja di tidak sesuai dengan keinginan, maka pelanggan akan menunjukkan

kekecewaan dan sebaliknya apabila sesuai atau melebihi harapan maka akan timbul kepuasan (Kotler dan Keller, 2009:177)

D. Model Penelitian



E. Hipotesis

Berdasarkan kerangka penelitian di atas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Atribut fisik diduga berpengaruh secara positif pada kepuasan pelanggan. (H1)
2. Kehandalan diduga berpengaruh secara positif pada kepuasan pelanggan. (H2)
3. Keresponsifan diduga berpengaruh secara positif pada kepuasan pelanggan (H3)

4. Jaminan dan kepastian diduga berpengaruh secara positif pada kepuasan pelanggan. (H4)
5. Empati diduga berpengaruh secara positif pada kepuasan pelanggan (H5)

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey dan metode penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif yang bertujuan untuk melihat hubungan dua variabel atau lebih. Menurut Sugiyono (2005: 7) penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut.

B. Definisi Operasional

Variabel Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan evaluasi pelanggan tentang kesempurnaan kinerja layanan. Untuk mengukur kualitas pelayanan jasa digunakan lima dimensi kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Zeithaml, Parasuraman & Berry (2004) yang disebut SERVQUAL (*Service Quality*). Kelima dimensi tersebut adalah *tangibles* atau atribut fisik, *reliability* atau kehandalan, *responsiveness* atau koresponsifan, *assurance* atau jaminan dan kepastian, dan *empathy*.

B.1. Variabel *Tangibles* atau Atribut Fisik

Tangibles, atau atribut fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Indikator *tangibles* atau atribut fisik dalam penelitian ini adalah penampilan dan kemampuan sarana

dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya, meliputi : fasilitas fisik (Gedung dan sarana belajar dan bermain), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan guru pendamping. Skala yang digunakan adalah 5 skala Likert

B.2. Variabel *Reliability* atau Kehandalan

Reliability atau Kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Indikator *Reliability* atau kehandalan dalam penelitian ini meliputi : kinerja yang tepat waktu, pelayanan penuh tanggungjawab, dan sikap simpatik. Skala yang digunakan adalah 5 skala Likert

B.3. Variabel *Responsiveness* atau Keresponsifan

Responsiveness atau keresponsifan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Indikator *Responsiveness* atau keresponsifan dalam penelitian ini meliputi : keresponsifan guru pendamping dan manajemen dalam menanggapi keluhan pelanggan yang masuk, keresponsifan guru pendamping dan manajemen dalam memberikan informasi harian perkembangan belajar anak dan pengasuhan, dan keresponsifan guru pendamping dan manajemen dalam memberikan informasi perkembangan belajar, kesehatan, dan psikologis anak secara berkala tanpa menunggu pertanyaan dari pelanggan. Skala yang digunakan adalah 5 skala Likert

B.4. Variabel Assurance atau Jaminan dan Kepastian

Assurance atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan manajemen dan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan, dan jaminan keamanan lingkungan. Indikator *Assurance* atau jaminan dan kepastian dalam penelitian ini meliputi : jaminan yang diukur dari reputasi dan pengalaman manajemen sehingga menimbulkan *image* yang positif, jaminan yang diukur dari reputasi dan pengalaman guru pendamping, jaminan yang diukur dari kondisi keamanan lingkungan sehingga menimbulkan rasa aman pelanggan. Skala yang digunakan adalah 5 skala Likert

B.5. Variabel Empathy

Empathy yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Indikator *empathy* dalam penelitian ini meliputi manajemen dan guru pendamping memahami kondisi keuangan pelanggan, manajemen dan guru pendamping memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Skala yang digunakan adalah 5 skala Likert

B.6. Variabel Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan sebagai tingkat perasaan seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari layanan produk dan jasa. Indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini meliputi kepuasan pelanggan atas kinerja yang tepat waktu dan pelayanan yang baik, kepuasan atas korespondensi guru pendamping dan manajemen dalam menanggapi keluhan dan memberikan informasi harian maupun perkembangan secara berkala, kepuasan dalam memahami kebutuhan pelanggan, toleransi pembayaran, dan waktu operasional pelayanan, kepuasan atas pelayanan manajemen dan guru pendamping, dan kepuasan atas fasilitas fisik yang dimiliki perusahaan. Skala yang digunakan adalah 5 skala Likert

C. Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah semua pelanggan PAUD BAI Gamping Sleman Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini karena jumlahnya kurang dari 100 maka diambil semua sehingga penelitian ini disebut penelitian populatif (Arikunto, 2006:116). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *random sampling*.

D. Instrumen penelitian

Keseluruhan variabel dalam penelitian ini diukur dengan model skala Likert. Skala ini menggunakan ukuran ordinal. Ukuran ordinal adalah angka yang diberikan di mana angka-angka tersebut menggunakan

pengertian tingkatan. Ukuran ini tidak mengandung nilai absolut pada objek, tetapi hanya memberikan ukuran (ranking) jawaban dari responden yang diberi skor tertentu. Model skala ini dilihat sebagai berikut :

- a. Sangat Setuju = bobot 5
- b. Setuju = bobot 4
- c. Cukup Setuju = bobot 3
- d. Tidak Setuju = bobot 2
- e. Sangat Tidak Setuju = bobot 1

E. Pengujian Validitas, Reliabilitas, dan Analisa Faktor

Pengujian validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pertanyaan. Bila korelasi tersebut signifikan, maka alat ukur yang digunakan mempunyai validitas. Selanjutnya, dengan menggunakan angka kritis dari r tabel (tabel r product moment) dengan taraf signifikan 5% dan jumlah responden sebanyak 37 orang, jika koefisien korelasi yang diperoleh lebih besar dari r tabel maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid, sebaliknya jika koefisien korelasi yang diperoleh lebih kecil dari r tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid.

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah jawaban yang diberikan responden dapat dipercaya atau dapat diandalkan dengan menggunakan analisis *Reliability* melalui metode *Cronbach Alpha*. Ada dua alasan peneliti menggunakan uji Cronbach's alpha. Pertama, karena teknik ini

merupakan teknik pengujian keandalan kuesioner yang paling sering digunakan (Bryman dan Bell, 2007: 176). Kedua, dengan melakukan uji *Cronbach alpha* maka akan terdeteksi indikator-indikator yang tidak konsisten (Malhotra, 2012: 289).

Selain dilihat berdasarkan *Cronbach's Alpha*, suatu indikator yang andal juga dapat dilihat dari nilai *correlated item-total correlation*. *Correlated item-total correlation* juga dapat digunakan untuk menghapus indikator yang tidak handal dalam suatu variabel. Nilai *correlated item-total correlation* dalam suatu indikator agar dinyatakan handal adalah minimal 0.50 (Hair et al., 2010: 125).

Analisa faktor dilakukan untuk mengkonfirmasi apakah indikator-indikator yang dikonsepsikan secara unidimensional, tepat, dan konsisten dan untuk mengetahui indikator-indikator apa yang dominan membentuk konstruk yang diteliti. Selanjutnya, untuk melihat korelasi antar indikator dapat diperhatikan tabel *Anti-Image Matrices*. Nilai yang diperhatikan adalah MSA (*Measure of Sampling Adequacy*). Nilai MSA berkisar antara 0 hingga 1, dengan ketentuan sebagai berikut: (Santoso, 2006: 20)

- a. $MSA = 1$, indikator dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh indikator yang lain.
- b. $MSA > 0,5$, indikator masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
- c. $MSA < 0,5$, indikator tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut, atau dikeluarkan dari indikator lainnya.

Menurut Tony Wijaya (2010: 103-109) proses dasar analisis faktor meliputi hal-hal sebagai berikut :

- a. Menentukan variabel atau faktor apa saja yang akan dianalisis.
- b. Menguji variabel yang telah ditentukan dengan metode *Bartlett's test of sphericity* serta pengukuran MSA (*Measure of Sampling Adequacy*).
- c. Proses pemfaktoran (*factoring*) dilakukan ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang ada, sehingga terbentuk satu atau lebih faktor.
- d. Proses rotasi dilakukan untuk mereduksi beberapa faktor ambigu. Metode rotasi faktor yang digunakan adalah Varimax yang hasilnya dapat dilakukan dalam 1 literasi.
- e. Interpretasi faktor yang telah terbentuk, khususnya memberi nama atas faktor yang telah terbentuk yang dianggap dapat mewakili variabel tersebut.

F. Pengumpulan Data

Penulis melakukan pengumpulan data baik sumber data tertulis maupun tidak tertulis dengan cara sebagai berikut.

1. Observasi (Pengamatan) : pengumpulan data dengan melihat langsung, mendengar, dan mengamati objek yang akan diteliti dan dipergunakan untuk menyesuaikan data yang diperoleh.
2. Interview (Wawancara): metode pengumpulan data dengan tanya jawab secara langsung dengan responden untuk memperoleh data yang lebih akurat sehubungan dengan masalah yang akan dibahas

3. Kuesioner: Berisi sejumlah pertanyaan secara tertulis yang ada kaitannya dengan masalah yang sedang diteliti yang diajukan kepada konsumen.

G. Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda adalah suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Untuk mengukur ada atau tidaknya korelasi antar variabel :

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

dimana :

- X1 = Atribut Fisik
- X2 = Kehandalan
- X3 = Keresponsifan
- X4 = Kepastian
- X5 = Empati
- Y = Kepuasan pelanggan
- b_0 = Intersep/konstanta
- e = Faktor pengganggu

Formulasi model ini merupakan regresi yang berbentuk linier dimana bentuk ini secara teoritis variabel tidak bebas yang akan diteliti mempunyai kecenderungan hubungan yang linier pada masing-masing variabel bebasnya.

H. Pengujian Hipotesis

H.1. Uji Signifikansi Partial (Uji T)

Untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen pada variabel dependen secara individual digunakan Uji t. Uji t (t-test) melakukan pengujian pada koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen pada variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan.

Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Menentukan formulasi hipotesis

- $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya variabel X_1 dan X_2 tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial pada variabel Y_1 .
- $H_0 : \beta_1 = \beta_2 \neq 0$, artinya variabel X_1 dan X_2 mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial pada variabel Y_1 .

2. Menentukan derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$)

3. Menentukan signifikansi

- Nilai signifikansi (P Value) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Nilai signifikansi (P Value) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

4. Membuat kesimpulan

- Bila (P Value) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel bebas secara parsial mempengaruhi variabel terikat.

H.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas pada variabel tidak bebasnya secara bersama-sama digunakan Uji F dengan formula sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2) (n - k - 1)} \quad (\text{Sugiyono, 2005:219})$$

Tahap-tahap untuk melakukan uji F adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis

H₀ : atribut fisik, kehandalan, koresponsifan, jaminan dan kepastian, serta empati secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan PAUD BAI.

H_a : atribut fisik, kehandalan, koresponsifan, jaminan dan kepastian, serta empati secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan PAUD BAI.

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (0,05). Signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian

3. Kriteria pengujian

Dalam penelitian ini menggunakan dua kriteria pengujian, yaitu :

H₀ diterima apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$

H₀ ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$

H₀ diterima apabila nilai signifikansi $> 0,05$

H₀ ditolak apabila nilai signifikansi $< 0,05$

- Bila (P Value) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya variabel bebas secara parsial tidak mempengaruhi variabel terikat.
- Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Deskripsi data dalam penelitian ini menyajikan data profil responden, pengujian validitas, reliabilitas, dan analisis faktor. Dari kuesioner yang dibagikan ada 37 responden yang mengumpulkan data. Data terkumpul diolah menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 22.

A.1. Profil Responden

Profil Responden dalam penelitian ini menyajikan data usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan waktu berlangganan. Berdasarkan data yang terkumpul dari 37 responden mayoritas pengguna jasa PAUD BAI berusia 31 – 40 tahun, yaitu 25 orang (67,6%) dan berjenis kelamin perempuan, yaitu 34 orang (91,9%), seperti disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30 Tahun	7	18.9	18.9	18.9
	31-40 Tahun	25	67.6	67.6	86.5
	>40 Tahun	5	13.5	13.5	100.0
	Total	37	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (data diolah)

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	3	8.1	8.1	8.1
	Perempuan	34	91.9	91.9	100.0
	Total	37	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (data diolah)

Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden bekerja sebagai pegawai swasta, yaitu 11 orang (29,7%) dan wiraswasta, yaitu 11 orang (29,7%), seperti disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4.3. Profil Responden berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	9	24.3	24.3	24.3
	Pegawai Swasta	11	29.7	29.7	54.1
	BUMN	5	13.5	13.5	67.6
	Wiraswasta	11	29.7	29.7	97.3
	TNI/Polri	1	2.7	2.7	100.0
	Total	37	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (data diolah)

Berdasarkan lamanya waktu menggunakan jasa, mayoritas responden menjawab menggunakan jasa kurang dari 6 bulan, yaitu 11 orang (29,7%)

Tabel 4.4. Lamanya Waktu Menggunakan Jasa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<6 Bulan	11	29.7	29.7	29.7
	6-12 Bulan	10	27.0	27.0	56.8
	13-24 Bulan	8	21.6	21.6	78.4
	>24 Bulan	8	21.6	21.6	100.0
	Total	37	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (data diolah)

Dari data di atas menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan PAUD BAI adalah kelompok masyarakat kelas menengah yang membutuhkan layanan pendekatan secara personal/individual. Oleh karena itu manajemen dan para guru pendamping perlu mengaplikasikan kegiatan-kegiatan personal guna pemenuhan kebutuhan setiap pelanggan secara individual melalui beberapa aspek diantaranya adalah penyapaan pelanggan, keramahan dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, kecepatan dalam memberikan pelayanan secara individual, penanganan keluhan pelanggan secara individual serta pemberian ucapan secara individual yang diberikan oleh manajemen dan para guru pendamping.

A.2. Analisis Deskripsi Variabel

A.2.1. Jawaban Responden Tentang Variabel Atribut Fisik

Dilihat dari jawaban responden, mayoritas responden, yaitu 28 orang (75,7%) menyatakan setuju bahwa fisik bangunan dalam kondisi baik, 20 orang (54,1%) setuju bahwa ruang belajar, bermain, dan tidur bersih dan nyaman, 15 orang (40,5%) fasilitas peralatan dan kelengkapan pembelajaran dan bermain telah modern dan lengkap, 19 orang (51,4%) sangat setuju bahwa penampilan guru pendamping baik dan menarik, seperti disajikan dalam Tabel 4.5.

Tabel 4.5. Jawaban Responden Tentang Variabel Atribut Fisik

Indikator	Ketegori										Jml	%
	SS		S		CS		TS		STS			
	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%		
Fisik Bangunan			28	75.7	9	24.3					37	100
Ruang Bersih & Nyaman	6	16.2	20	54.1	11	29.7					37	100
Fasilitas Modem & Lengkap	11	29.7	15	40.5	11	29.7					37	100
Penampilan Guru Baik & Menarik	19	51.4	18	48.6							37	100

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (data diolah)

Pelanggan PAUD BAI merasa puas dengan kondisi fisik gedung yang baik, ruangan belajar, bermain, dan istirahat yang bersih, peralatan dan kelengkapan pembelajaran dan bermain yang modern dan lengkap, serta penampilan guru berseragam yang baik dan menarik.

A.2.2. Jawaban Responden Tentang Variabel Kehandalan

Dilihat dari jawaban responden, ada 4 orang (10,8%) menyatakan tidak setuju bahwa guru pendamping melayani dengan penuh tanggungjawab. meskipun ada 21 orang (56,8%) setuju bahwa guru pendamping melayani dengan baik dan tidak membedakan satu dengan yang lainnya, dan 19 orang (51,4%) setuju bahwa guru pendamping melayani dengan simpatik, seperti disajikan dalam Tabel 4.6.

Tabel 4.6. Jawaban Responden Tentang Variabel Kehandalan

Indikator	Kategori										Jml	%
	SS		S		CS		TS		STS			
	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%		
Layanan tepat waktu	23	62.2	14	37.8							37	100
Layanan bertanggungjawab			21	56.8	12	32.4	4	10.8			37	100
Melayani tanpa membedakan	12	32.4	21	56.8	4	10.8					37	100
Melayani dengan simpatik	18	48.6	19	51.4							37	100

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (data diolah)

Pelanggan PAUD BAI merasa belum puas dengan layanan tepat waktu, layanan penuh tanggungjawab, layanan yang baik dan tidak membedakan, dan layanan dengan simpatik.

A.2.3. Jawaban Responden Tentang Variabel Keresponsifan

Dilihat dari jawaban responden, mayoritas responden yaitu 15 orang (40,5%) menyatakan setuju bahwa manajemen dan guru pendamping cepat memberikan solusi atas keluhan saya dan anak saya, 19 orang (51,4%) menyatakan sangat setuju bahwa manajemen dan guru pendamping cekatan dan cepat menangani permasalahan kesehatan anak dan menginformasikan kondisi perkembangan kesehatan anak kepada orang tua, 22 orang (59,5%) menyatakan sangat setuju bahwa manajemen dan guru pendamping memberikan informasi berkala perkembangan belajar anak kepada orang tua, 22 orang (59,5%) menyatakan sangat setuju bahwa manajemen dan guru pendamping memberikan

informasi berkala perkembangan kesehatan anak kepada orang tua, 22 orang (59,5%) menyatakan sangat setuju bahwa manajemen dan guru pendamping memberikan informasi berkala perkembangan psikologis anak kepada orang tua, seperti disajikan dalam Tabel 4.7.

Tabel 4.7. Jawaban Responden Tentang Variabel Keresponsifan

Indikator	Ketegori										Jml	%
	SS		S		CS		TS		STS			
	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%		
Cepat berikan solusi	14	37,8	15	40,5	8	21,6					37	100
Cekatan dan cepat menangani	19	51,4	18	48,6							37	100
Beri info hasil belajar	22	59,5	15	40,5							37	100
Beri info kesehatan	22	59,5	15	40,5							37	100
Beri info perkembangan psikologis	22	59,5	15	40,5							37	100

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (data diolah)

Pelanggan PAUD BAI merasa puas dengan respon manajemen dan para guru pendamping yang cepat dalam memberikan solusi dan cekatan dalam menangani permasalahan kesehatan anak dan menginformasikan kondisi perkembangan kesehatan anak kepada orang tua, serta memberikan informasi berkala perkembangan belajar, perkembangan kesehatan, dan perkembangan psikologis anak kepada orang tua tanpa diminta.

A.2.4. Jawaban Responden Tentang Variabel Jaminan dan Kepastian

Dilihat dari jawaban responden, mayoritas responden, yaitu 28 orang (75,7%) menyatakan bahwa mereka meyakini reputasi dan pengalaman manajemen dalam mengelola pendidikan, 20 orang (54,1%) menyatakan bahwa mereka meyakini reputasi dan pengalaman guru pendamping, dan 26 orang (70,3%) menyatakan bahwa lingkungan dimana mereka menitipkan anaknya merupakan lingkungan yang aman, seperti disajikan dalam Tabel 4.8.

Tabel 4.8. Jawaban Responden Tentang Variabel Jaminan dan Kepastian

Indikator	Ketegori										Jml	%
	SS		S		CS		TS		STS			
	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%		
Reputasi & pengalaman manajemen	9	24.3	28	75.7							37	100
Reputasi & pengalaman guru	9	24.3	20	54.1	8	21.6					37	100
Lingkungan yang aman			26	70.3	11	29.7					37	100

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (data diolah)

Keyakinan pelanggan akan reputasi dan kompetensi manajemen dan guru pendamping serta kondisi lingkungan PAUD BAI yang dinilai aman telah menumbuhkan kepercayaan pelanggan, sehingga mereka puas dengan layanan PAUD BAI.

A.2.5. Jawaban Responden Tentang Variabel Empati

Dilihat dari jawaban responden, mayoritas responden, yaitu 19 orang (51,4%) menyatakan sangat setuju bahwa manajemen dan para guru pendamping memberikan kemudahan dalam membayar biaya pendidikan, 18 orang (48,6%), menyatakan setuju bahwa manajemen dan para guru pendamping memahami kebutuhan orang tua dan anak, 19 orang (51,4%) menyatakan sangat setuju bahwa manajemen dan para guru pendamping memahami kebutuhan orang tua dan anak, 19 orang (51,4%) menyatakan sangat setuju bahwa mereka merasa nyaman dengan waktu operasional PAUD BAI, seperti disajikan dalam Tabel 4.9.

Tabel 4.9. Jawaban Responden Tentang Variabel Empati

Indikator	Ketegori										Jml	%
	SS		S		CS		TS		STS			
	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%		
Kemudahan membayar	19	51,4	14	37.8	4	10.8					37	100
Memperhatikan kepentingan	12	32.4	18	48.6	7	18.9					37	100
Memahami kebutuhan	19	51,4	11	29.7	7	18.9					37	100
Waktu operasi yang nyaman	19	51,4	11	29.7	7	18.9					37	100

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (data diolah)

Kemudahan-kemudahan yang dirasakan pelanggan, perhatian manajemen dan para guru pendamping pada kepentingan dan kebutuhan pelanggan telah menumbuhkan kepuasan pelanggan. Waktu operasional yang dirasakan nyaman oleh pelanggan harus dipertahankan terus-menerus oleh manajemen dan guru pendamping PAUD BAI.

A.2.6. Jawaban Responden Tentang Variabel Kepuasan Pelanggan

Dilihat dari jawaban responden, mayoritas responden, yaitu 18 orang (48,6%), menyatakan senang telah dilayani dengan baik, ramah, sopan, dan tepat waktu baik di pagi hari maupun sore hari, 21 orang (56,8%), menyatakan puas dengan kecekatan manajemen dan para guru pendamping dalam memberikan pelayanan, 23 orang (62.2%) menyatakan puas dengan besaran biaya pendidikan, toleransi pembayaran, dan waktu operasional, 22 orang (59.5%) menyatakan cukup puas dengan keragaman jasa pendidikan yang ditawarkan, 22 orang (59.5%) menyatakan bahwa mereka cukup puas dengan fasilitas fisik PAUD BAI.

Tabel 4.10. Jawaban Responden Tentang Variabel Kepuasan Pelanggan

Indikator	Ketegori										Jml	%
	SS		S		CS		TS		STS			
	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%		
Senang dilayani	16	43.2	18	48.6	3	8.1					37	100
Puas dengan kecekatan guru	12	32.4	21	56.8	4	10.8					37	100
Puas dengan besaran biaya	23	62.2	10	27.0	4	10.8					37	100
Puas dengan keragaman jasa	19	51.4	10	27.0	8	21.6					37	100
Puas dengan fasilitas	3	8.1	12	32.4	22	59.5					37	100

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (data diolah)

Kebijakan tentang besaran biaya, toleransi pembayaran, waktu operasional, dan keragaman jasa yang ditawarkan oleh PAUD BAI dirasakan sangat memuaskan oleh pelanggan PAUD BAI.

A.2.7. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Untuk mengukur ketepatan instrument dan konsistensi jawaban responden maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas data jawaban 37 responden menunjukan bahwa 4 instrumen pertanyaan Variabel Atribut Fisik adalah valid dan 4 indikator pengukuran tentang Variabel Atribut Fisik adalah reliabel, sebagaimana disajikan dalam Tabel 4.11

Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Atribut Fisik

Indikator	Uji Validitas			Uji Reliabilitas		
	R-hitung	R-kritis	Ket.	Alpha hitung	Alpha Kritis	Ket.
Fisik Bangunan	0.728	0.325	Valid	0.947	0.500	Reliabel
Ruang Bersih & Nyaman	0.873	0.325	Valid	0.944	0.500	Reliabel
Fasilitas Modern & Lengkap	0.527	0.325	Valid	0.952	0.500	Reliabel
Penampilan Guru Baik & Menarik	0.729	0.325	Valid	0.942	0.500	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (data diolah)

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas data jawaban 37 responden menunjukan bahwa 4 instrumen pertanyaan Variabel Kehandalan adalah valid dan 4 indikator pengukuran tentang Variabel Kehandalan adalah reliabel, sebagaimana disajikan dalam Tabel 4.12

Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kehandalan

Indikator	Uji Validitas			Uji Reliabilitas		
	R-hitung	R-kritis	Ket.	Alpha hitung	Alpha Kritis	Ket.
Layanan tepat waktu	0.612	0.325	Valid	0.942	0.500	Reliabel
Layanan bertanggungjawab	0.944	0.325	Valid	0.941	0.500	Reliabel
Melayani tanpa membedakan	0.944	0.325	Valid	0.940	0.500	Reliabel
Melayani dengan Simpatik	0.804	0.325	Valid	0.940	0.500	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (data diolah)

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas data jawaban 37 responden menunjukan bahwa 5 instrumen pertanyaan Variabel Keresponsifan adalah valid dan 5 indikator pengukuran tentang Variabel Keresponsifan adalah reliabel, sebagaimana disajikan dalam Tabel 4.13

Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keresponsifan

Indikator	Uji Validitas			Uji Reliabilitas		
	R-hitung	R-kritis	Ket.	Alpha hitung	Alpha Kritis	Ket.
Cepat berikan solusi	0.733	0.325	Valid	0.942	0.500	Reliabel
Cekatan dan cepat menangani	0.764	0.325	Valid	0.942	0.500	Reliabel
Beri info hasil belajar	0.868	0.325	Valid	0.941	0.500	Reliabel
Beri info kesehatan	0.868	0.325	Valid	0.941	0.500	Reliabel
Beri info perkembangan psikologis	0.868	0.325	Valid	0.941	0.500	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (data diolah)

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas data jawaban 37 responden menunjukan bahwa 3 instrumen pertanyaan Variabel Jaminan dan Kepastian adalah valid dan 3 indikator pengukuran tentang Variabel Jaminan dan Kepastian adalah reliabel, sebagaimana disajikan dalam Tabel 4.14

Tabel 4.14. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Jaminan dan Kepastian

Indikator	Uji Validitas			Uji Reliabilitas		
	R-hitung	R-kritis	Ket.	Alpha hitung	Alpha Kritis	Ket.
Reputasi & pengalaman manajemen	0.830	0.325	Valid	0.942	0.500	Reliabel
Reputasi & pengalaman guru	0.980	0.325	Valid	0.941	0.500	Reliabel
Lingkungan yang aman	0.799	0.325	Valid	0.943	0.500	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (data diolah)

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas data jawaban 37 responden menunjukkan bahwa 4 instrumen pertanyaan Variabel Empati adalah valid dan 4 indikator pengukuran tentang Variabel Empati adalah reliabel, sebagaimana disajikan dalam Tabel 4.15

Tabel 4.15. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Empati

Indikator	Uji Validitas			Uji Reliabilitas		
	R-hitung	R-kritis	Ket.	Alpha hitung	Alpha Kritis	Ket.
Kemudahan dalam membayar	0.794	0.325	Valid	0.941	0.500	Reliabel
Memperhatikan kepentingan	0.880	0.325	Valid	0.939	0.500	Reliabel
Memahami kebutuhan pelanggan	0.919	0.325	Valid	0.941	0.500	Reliabel
Waktu pengoperasian yang nyaman	0.919	0.325	Valid	0.941	0.500	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (data diolah)

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas data jawaban 37 responden menunjukkan bahwa 5 instrumen pertanyaan Variabel Kepuasan Pelanggan adalah valid dan 5 indikator pengukuran tentang Variabel Kepuasan Pelanggan adalah reliabel, sebagaimana disajikan dalam Tabel 4.16

Tabel 4.16. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Indikator	Uji Validitas			Uji Reliabilitas		
	R-hitung	R-kritis	Ket.	A-hitung	A- Kritis	Ket.
Senang dilayani	0.810	0.325	Valid	0.826	0.500	Reliabel
Puas dengan kecekatan guru	0.722	0.325	Valid	0.839	0.500	Reliabel
Puas dengan besaran biaya	0.873	0.325	Valid	0.839	0.500	Reliabel
Puas dengan keragaman jasa	0.807	0.325	Valid	0.793	0.500	Reliabel
Puas dengan fasilitas	0.807	0.325	Valid	0.851	0.500	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (data diolah)

A.2.8. Analisis Faktor

Berdasarkan analisis faktor, 4 indikator pengukuran tentang Variabel Atribut Fisik direduksi menjadi 3 indikator, karena indikator peralatan belajar modern dan lengkap memiliki nilai (*Measure of sampling Adequacy*) MSA < 0,5 maka indikator ini tidak dapat diproses lebih lanjut, seperti disajikan dalam tabel 4.17

Tabel 4.17 Anti-image Matrices

Indikator		Fisik Bangunan	Ruang Bersih & Nyaman	Peralatan Belajar Modern	Penampilan Guru
Anti-image Covariance	Fisik Bangunan	0.435	-0.219	0.1	-0.054
	Ruang Bersih & Nyaman	-0.219	0.322	-0.147	-0.2
	Peralatan Belajar Modern	0.1	-0.147	0.928	0.091
	Penampilan Guru	-0.054	-0.2	0.091	0.494
Anti-image Correlation	Fisik Bangunan	.700 ^a	-0.584	0.157	-0.116
	Ruang Bersih & Nyaman	-0.584	.614 ^a	-0.269	-0.502
	Peralatan Belajar Modern	0.157	-0.269	.179 ^a	0.135
	Penampilan Guru	-0.116	-0.502	0.135	.744 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber : Hasil Pengolahan dengan SPSS, 2018

Berdasarkan analisis faktor, 5 indikator pengukuran tentang Variabel Keresponsifan direduksi menjadi 3 indikator, karena indikator beri info kesehatan dan indikator beri info perkembangan psikologis memiliki kemiripan dengan indikator beri info hasil belajar, dan hasil pengumpulan data menunjukkan bahwa responden menyatakan pendapat yang sama untuk ketiga indikator tersebut, seperti disajikan dalam tabel 4.18

Tabel 4.18 Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.477	69.541	69.541	3.477	69.541	69.541	2.960	59.197	59.197
2	1.311	26.216	95.757	1.311	26.216	95.757	1.828	36.561	95.757
3	.212	4.243	100.000						
4	6.378E-17	1.276E-15	100.000						
5	-2.174E-16	-4.349E-15	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Hasil Pengolahan dengan SPSS, 2018

Ketiga indikator Variabel Keresponsifan kemudian dianalisa ulang dengan analisa faktor dan ketiga indikator tersebut memiliki nilai (*Measure of sampling Adequacy*) $MSA > 0,5$ maka indikator ini dapat diproses lebih lanjut, seperti disajikan dalam tabel 4.19

Tabel 4.19 Anti-image Matrices

Indikator		Cepat Beri Solusi	Cekatan dan Cepat Menangani	Memberi Info Kemajuan Belajar
Anti-image Covariance	Cepat Beri Solusi	.387	-.281	-.004
	Cekatan dan Cepat Menangani	-.281	.360	-.144
	Memberi Info Kemajuan Belajar	-.004	-.144	.834
Anti-image Correlation	Cepat Beri Solusi	.558 ^a	-.754	-.008
	Cekatan dan Cepat Menangani	-.754	.550 ^a	-.262
	Memberi Info Kemajuan Belajar, perkembangan kesehatan dan psikologis	-.008	-.262	.797 ^a

B. Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis

B.1. Analisis Data

Untuk mengetahui hubungan antara Variabel Atribut Fisik, Variabel Kehandalan, Variabel Keresponsifan, Variabel Jaminan dan Kepastian, dan Variabel Empati dengan Variabel Kepuasan Pelanggan maka dilakukan analisa regresi linear berganda dengan program SPSS versi 22, hingga dihasilkan data hasil uji regresi linier berganda seperti disajikan dalam Tabel 4.20

Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.855	1.287		-1.441	0.160
Atribut Fisik	0.316	0.105	0.165	3.016	0.005
Kehandalan	-0.525	0.147	-0.406	-3.566	0.001
Keresponsifan	0.616	0.298	0.328	2.066	0.047
Jaminan & Kepastian	0.879	0.242	0.491	3.631	0.001
Empati	0.503	0.128	0.478	3.934	0.000
F	135,050				
Sig	0,000				
Adjusted R ²	0,949				

Sumber : Hasil Pengolahan dengan SPSS, 2018

Berdasarkan hasil analisis regresi di atas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 135,050 signifikansi 0,000 sedangkan F_{tabel} pada taraf signifikansi (α) 5% dengan $df = 5$ adalah sebesar 2,470, maka $F_{\text{hitung}} (135,050) > F_{\text{tabel}} (2,470)$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan meliputi atribut fisik, kehandalan, keresponsifan, jaminan dan kepastian, dan empati secara bersama-sama berpengaruh pada kepuasan pelanggan PAUD BAI.

Dari tabel di atas diketahui nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,949 (94,90%). Hal ini menunjukkan prosentase sumbangan pengaruh Variabel Atribut Fisik (X1), Kehandalan (X2), Keresponsifan (X3), Jaminan dan Kepastian (X4), dan Empati (X5) pada Kepuasan Pelanggan PAUD BAI (Y) sebesar 94,90%. Sisanya, 5,10% merupakan nilai kepuasan konsumen PAUD BAI yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

B.2. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan nilai signifikansi $< 0,05$, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Arah hubungan ditentukan oleh nilai positif atau negatif pada koefisien *unstandardized beta*.

B.2.1. Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis 1 : Atribut Fisik diduga berpengaruh secara positif pada Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan analisa regresi berganda sebagaimana disajikan dalam Tabel 4.20 diperoleh angka koefisien *unstandardized beta* Variabel Atribut Fisik sebesar 0,316 dengan signifikansi $0,005 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 3,016 > \text{nilai } t_{\text{tabel}} (2,039)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian **Hipotesis 1** : Atribut Fisik

diduga berpengaruh secara positif pada Kepuasan Pelanggan **diterima**, artinya semakin tinggi atribut fisik maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Ketika kondisi fisik bangunan dalam kondisi baik, ruang belajar, bermain dan tidur bersih dan nyaman serta penampilan guru pendamping baik dan menarik dianggap memenuhi kriteria pelanggan maka kepuasan pelanggan menjadi semakin tinggi.

B.2.2. Pengujian Hipotesis 2

Hipotesis 2 : Keandalan diduga berpengaruh secara positif pada Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan analisa regresi berganda sebagaimana disajikan dalam Tabel 4.20 diperoleh angka koefisien *unstandardized beta* Variabel Keandalan sebesar -0,525 dengan signifikansi $0,001 < 0,05$, variabel keandalan mempunyai nilai $t_{\text{hitung}} 3,566 > \text{nilai } t_{\text{tabel}} (2,039)$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian **Hipotesis 2** : Keandalan diduga berpengaruh secara positif pada Kepuasan Pelanggan **ditolak**, artinya semakin rendah nilai negatif keandalan maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Ketika penilaian negatif pelanggan atas layanan tepat waktu, layanan penuh tanggungjawab, layanan yang baik dan tidak membedakan, dan layanan dengan simpatik menurun maka kepuasan pelanggan akan naik.

B.2.3. Pengujian Hipotesis 3

Hipotesis 3 : Keresponsifan diduga berpengaruh secara positif pada Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan analisa regresi berganda sebagaimana disajikan dalam Tabel 4.20 diperoleh angka koefisien *unstandardized beta* Variabel Keresponsifan sebesar 0,616 dengan signifikansi $0,0047 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} Variabel Keresponsifan $(2,066) > \text{nilai } t_{\text{tabel}} (2,039)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian

Hipotesis 3 : Keresponsifan diduga berpengaruh secara positif pada Kepuasan Pelanggan **diterima**, artinya semakin tinggi keresponsifan maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Ketika penilaian pelanggan tentang respon manajemen dan guru pendamping dalam memberikan pelayanan dan informasi semakin baik maka kepuasan pelanggan menjadi semakin tinggi.

B.2.4. Pengujian Hipotesis 4

Hipotesis 4 : Jaminan dan Kepastian diduga berpengaruh secara positif pada Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan analisa regresi berganda sebagaimana disajikan dalam Tabel 4.20 diperoleh angka koefisien *unstandardized beta* Variabel Jaminan dan Kepastian sebesar 0,879 dengan signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} Variabel Jaminan dan Kepastian $(3,631) > \text{nilai } t_{\text{tabel}} (2,039)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian **Hipotesis 4 :** Jaminan dan Kepastian diduga berpengaruh

secara positif pada Kepuasan Pelanggan **diterima**, artinya semakin tinggi jaminan dan kepastian maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Ketika keyakinan pelanggan tentang reputasi manajemen, pengalaman guru serta kondisi lingkungan sekolah yang aman meningkat maka kepuasan pelanggan menjadi semakin tinggi.

B.2.5. Pengujian Hipotesis 5

Hipotesis 5 : Empati diduga berpengaruh secara positif pada Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan analisa regresi berganda sebagaimana disajikan dalam Tabel 4.20 diperoleh angka koefisien *unstandardized beta* Variabel Empati sebesar 0,503 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} Variabel Empati (3,934) > nilai t_{tabel} (2,039) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian **Hipotesis 5 :** Empati diduga berpengaruh secara positif pada Kepuasan Pelanggan **diterima**, artinya semakin tinggi empati maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa bahwa manajemen dan para guru pendamping memberikan kemudahan dalam membayar biaya pendidikan, memahami kebutuhan orang tua dan anak, dan mereka merasa nyaman dengan waktu operasional maka kepuasan pelanggan PAUD BAI menjadi semakin tinggi.

B.2.6. Uji Variabel yang Paling Dominan

Dari hasil analisa regresi linear berganda sebagaimana disajikan dalam Tabel 4.20 maka **Variabel Jaminan dan Kepastian merupakan variabel yang paling dominan** berpengaruh pada Kepuasan Pelanggan PAUD BAI (Y), karena Variabel Jaminan dan Kepastian memiliki nilai β (0,879) paling besar. Detail perbandingan dalam menentukan variabel yang paling dominan pada alpha (α) sebesar 5% (0,05) disajikan dalam Tabel 4.22 berikut:

Tabel 4.21 Analisa Besaran Pengaruh

Variabel	Beta (β)	<i>P-Value</i>
Keresponsifan (X3)	0,616	0,047
Jaminan & Kepastian (X4)	0,879	0,001
Empati (X5)	0,503	0,000

Sumber : Hasil Pengolahan dengan SPSS, 2018

Untuk mempertahankan kepuasan pelanggan maka manajemen dan para guru pendamping harus mempertahankan reputasi yang sudah dinilai baik oleh pelanggan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil simpulan bahwa atribut fisik berpengaruh secara positif pada kepuasan pelanggan PAUD BAI, artinya semakin tinggi atribut fisik maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Ketika kondisi fisik bangunan dalam kondisi baik, ruang belajar, bermain dan tidur bersih dan nyaman serta penampilan guru pendamping baik dan menarik dianggap memenuhi kriteria pelanggan maka kepuasan pelanggan menjadi semakin tinggi.

Kehandalan berpengaruh dengan arah hubungan negatif pada kepuasan pelanggan PAUD BAI artinya semakin rendah nilai negatif kehandalan maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Ketika penilaian negatif pelanggan atas layanan tepat waktu, layanan penuh tanggungjawab, layanan yang baik dan tidak membedakan, dan layanan dengan simpatik menurun maka kepuasan pelanggan akan naik.

Keresponsifan berpengaruh secara positif pada kepuasan pelanggan PAUD BAI, artinya semakin tinggi keresponsifan maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Ketika penilaian pelanggan tentang respon manajemen dan guru pendamping dalam memberikan pelayanan dan informasi semakin baik maka kepuasan pelanggan menjadi semakin tinggi.

Jaminan dan Kepastian berpengaruh secara positif pada kepuasan pelanggan PAUD BAI, artinya semakin tinggi jaminan dan kepastian maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Ketika keyakinan pelanggan tentang reputasi manajemen, pengalaman guru serta kondisi lingkungan sekolah yang aman meningkat maka kepuasan pelanggan menjadi semakin tinggi.

Empati berpengaruh secara positif pada kepuasan pelanggan PAUD BAI, artinya semakin tinggi empati maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa bahwa manajemen dan para guru pendamping memberikan kemudahan dalam membayar biaya pendidikan, memahami kebutuhan orang tua dan anak, dan mereka merasa nyaman dengan waktu operasional maka kepuasan pelanggan menjadi semakin tinggi.

B. Saran

Meskipun beberapa pelanggan puas dengan layanan PAUD BAI, mereka puas dengan besaran biaya pendidikan, toleransi pembayaran dan waktu operasional. Mereka juga puas dengan keragaman jasa pendidikan yang ditawarkan.

Namun demikian, ada beberapa pelanggan yang kurang puas dengan fasilitas PAUD BAI dan layanan guru pendamping. Mereka mengeluhkan kebersihan dan kenyamanan ruang belajar, bermain, dan tidur. Mereka mengeluhkan guru pendamping yang belum maksimal dalam memberikan pelayanan. Oleh karena itu, guna meningkatkan kepuasan pelanggan maka Manajemen PAUD BAI perlu melakukan perbaikan fasilitas berupa pengecatan

ruang belajar, bermain, dan tidur, memperluas ruang untuk belajar dan bermain anak, menambah AC untuk meningkatkan kenyamanan di ruang belajar dan ruang tidur, dan menambah peralatan dan kelengkapan pembelajaran, seperti alat peraga edukatif, kartu membaca, dan buku-buku penunjang.

Manajemen PAUD perlu melakukan pembinaan kepada para guru pendamping agar mereka melaksanakan tugasnya dengan penuh tanggungjawab, tidak membedakan, dan memberikan pelayanan dengan simpatik kepada seluruh pelanggan.

Guna mempertahankan reputasi yang sudah dinilai baik, manajemen dan guru pendamping harus mengembangkan pengetahuan dan ketrampilan mengajar, melalui diklat guru (tingkat dasar, tingkat lanjut, dan tingkat mahir).

Keamanan lingkungan sekolah juga perlu ditingkatkan dengan penambahan fasilitas CCTV.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M.M., and Parvez, N. (2009), *Impact of Services Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty*, *ABAC Journal*, Vol. 29, No. 1, hal 24-38
- Alma, Buchari (2005), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Andreas B. Eisingerich, Gaia Rubera (2010), *Drivers of Brand Commitment: A Cross-National Investigation*. *Journal of International Marketing*: June 2010, Vol. 18, No. 2.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Juwandi, Hendy Irawan, 2004, *Kepuasan Pelayanan Jasa*, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2012), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, K.L. (2007), *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*, Jakarta: PT Indeks
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2001), *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Jakarta: Salemba Empat
- Lovelock, C.H dan Wright, L.K. (2007), *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Bahasa Indonesia*, Jakarta: PT Indeks
- Malhotra, N. (2012), *Service Quality of Frontline Employees: A Profile Deviation Analysis*. *Journal of Business Research*, Vol. 66, No. 9.
- Mowen, J.C. (2002), *Consumer Behavior 4th Edition*, New Jersey : Prentice Hall
- Nugroho, Marno dan Ratih Paramita (2009), “Analisis Pengaruh Lokasi, Keanekaragaman Barang Terhadap Keputusan Berbelanja dan Loyalitas Konsumen di Carrefour Semarang”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 10, No. 1
- Santoso, (2006), *Menggunakan SPSS untuk Statistik Non-Parametrik*, Jakarta: PT. Elek Media Komputindo.
- Santoso, Singgih dan Fandy Tjiptono (2001), *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Singh, H. (2006), “*The Importance of Customer Satisfaction in Relation to Customer Loyalty and Retention*”, Asia Pacific University College of Technology & Innovation Technology Park Malaysia, *UCTI Working Paper*, hal 1-6
- Stanton, William, J. (1998), *Prinsip Pemasaran, Edisi Ketujuh, Jilid I*, Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. 2005. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta

Swastha, Basu (2009), *Manajemen Penjualan, Edisi Ketiga*, Yogyakarta: BPFE

Tjiptono, Fandy (2007), *Manajemen Jasa, Edisi Keempat*, Yogyakarta: Andi Offset

_____ (2007), *Pemasaran Jasa*, Malang: Banyumedia Publishing

Tjiptono, Fandy (2008), *Strategi Pemasaran, Edisi Keempat*, Yogyakarta: Andi Offset

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra (2005), *Service: Quality Satisfaction*, Yogyakarta: Andi Offset

Wijaya, Toni (2010), *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*, Yogyakarta: Universitas Atmajaya

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat