

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN SISWA DALAM
MENGIKUTI PELATIHAN PADA LEMBAGA
YAYASAN BATAM COLLEGE**

SKRIPSI



Oleh :

Ranto Fransiskus Manurung

140410146

**PROGRAM STUDY TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN SISWA DALAM
MENGIKUTI PELATIHAN PADA LEMBAGA
YAYASAN BATAM COLLEGE**

SKRIPSI



Oleh :

Ranto Fransiskus Manurung

140410146

**PROGRAM STUDY TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN SISWA DALAM
MENGIKUTI PELATIHAN PADA LEMBAGA
YAYASAN BATAM COLLEGE**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana**



Oleh :

Ranto Fransiskus Manurung

140410146

**PROGRAM STUDY TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain;
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing;
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi.

Batam, 05 Februari 2018
Yang membuat pernyataan,

Ranto Fransiskus Manurung
140410146

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Ranto Fransiskus Manurung

NPM/NIP : 140410146

Fakultas : Teknik dan Komputer

Program Studi : Teknik Industri

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN SISWA DALAM MENGIKUTI PELATIHAN PADA LEMBAGA YAYASAN BATAM COLLEGE

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 05 Februari 2018

Ranto Fransiskus Manurung
140410146

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN SISWA DALAM
MENGIKUTI PELATIHAN PADA LEMBAGA
YAYASAN BATAM COLLEGE**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana**

**Oleh :
Ranto Fransiskus Manurung
140410146**

**Telah Disetujui Oleh Pembimbing Pada Tanggal
Seperti Yang Tertera Dibawah Ini**

Batam, 05 Februari 2018

**I Gede Asta Wido Herawan, S.T.,M.T
Pembimbing**

ABSTRAK

Perkembangan dunia pendidikan di Indonesia sangat berkembang dengan pesat. Hal ini dapat dilihat dengan semakin banyak bermunculan penyelenggara pendidikan baik dari pemerintahan maupun pihak swasta. Yayasan Batam Collage merupakan salah satu lembaga pendidikan yang bergerak dibidang pelatihan yang diselenggarakan oleh pihak swasta. Yayasan Batam College memiliki permasalahan menurunnya jumlah pelanggan setiap bulan. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan siswa dalam mengikuti pelatihan pada lembaga Yayasan Batam College menggunakan metode *Service Quality (servqual)*, *Importance Performance Analysis (IPA)*. Hasil analisis *Servqual* menunjukkan adanya *gap* antara persepsi dan ekspektasi. Pada hasil *importance performance analysis* terdapat 25 atribut penilaian, didalam kuadran I terdapat 4 atribut yang menjadi prioritas utama tetapi kinerjanya kurang yaitu Yayasan pelatihan yang bersih, Tata letak ruang yang baik, Fasilitas ruang kelas yang memadai, Kesesuaian dalam memberi pelayanan dan materi. Kuadran II terdapat 8 atribut yang sesuai dengan harapan pelanggan yaitu Fasilitas parkir kendaraan yang disediakan memadai, Yayasan pelatihan yang bersih, Kerapuhan karyawan dalam berpenampilan, Pelayanan pelanggan dilakukan dengan mudah dan cepat, Memberikan informasi yang baik, Pelayanan cepat dan tanggap, Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi siswa, Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan. Kuadran III terdapat 8 atribut yang dinilai biasa-biasa saja kinerjanya yaitu Harga pelatihan yang ekonomis, Karyawan yang cekatan dan terampil dalam memberi materi, Karyawan Batam College bersedia menerima saran dari calon pelanggan, Kejujuran karyawan dalam melayani pelanggan, Perilaku pengajar selama proses pembelajaran, Karyawan yang menerima kritikan dari siswa, Sikap karyawan yang ramah terhadap pelanggan, Karyawan memahami kebutuhan dan harapan siswa. Kuadran IV terdapat 5 atribut yang dinilai berlebihan kinerjanya oleh pelanggan yaitu Memberikan kemudahan dalam sistem pembayaran, Kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, Kesigapan karyawan dalam menyelesaikan keluhan siswa, Para pengajar lulusan perguruan tinggi, Karyawan mudah dihubungi dan mengutamakan kepentingan siswa.

Kata Kunci : *Customer Satisfaction Index (CSI)*, *Importance Performance Analysis (IPA)*, *Service Quality (servqual)*

ABSTRACT

The development of education in Indonesia is growing rapidly. This can be seen with more and more emerging education providers both from government and private parties. Batam Collage Foundation is one of the educational institutions engaged in training organized by private parties. Batam College Foundation has a problem of decreasing the number of customers every month. Therefore, the researcher wanted to analyze the influence of service quality to the satisfaction of the students in the training at the institution of Batam College Foundation using the Service Quality (servqual), Importance Performance Analysis (IPA) method. Serqual analysis results show the gap between perception and expectations. In the result of importance performance analysis there are 25 attribute assessment, in quadrant I there are 4 attributes which become the main priority but its performance is less that is clean foundation of training, good room layout, adequate classroom facilities, Conformity in service and material. Quadrant II there are 8 attributes in accordance with customer expectations that are provided adequate parking facilities vehicles, foundation training is clean, Tidiness of employees in appearance, Customer service done easily and quickly, Providing good information, Fast and responsive service, Employees willing to help difficulties faced by students, Hospitality and courtesy employees in serving customers. Quadrant III there are 8 attributes that are considered mediocre performance is the price of economic training, Employees are skilled and skilled in giving materials, Employees Batam College willing to accept suggestions from prospective customers, Honesty employees in serving customers, Behavior of teachers during the learning process, Employees who receive student criticism, Employee friendly attitude towards customers, Employees understand the needs and expectations of students. Quadrant IV there are 5 attributes that are considered excessive performance by the customer that is Provide convenience in the payment system, Readiness of employees in serving customers, Kesigapan employees in resolving student complaints, Teachers college graduates, Employees easy to contact and prioritize student interests.

Keywords: Customer Satisfication Index (CSI),Importance Performance Analysis (IPA), Service Quality (servqual)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat, karunia dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir yang berjudul: “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa Dalam Mengikuti Pelatihan Pada Lembaga Yayasan Batam College”

Adapun tujuan skripsi yang dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan gelar sarjana pada Fakultas Teknik dan Komputer di Universitas Putera Batam.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan dorongan, bimbingan, petunjuk, dan nasehat dari permulaan sampai selesainya penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda., S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Amrizal, S.Kom., M.SI. selaku Dekan Fakultas Teknik dan Komputer Universitas Putera Batam
3. Bapak Welly Sugianto, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Putera Batam.
4. Bapak I Gede Asta Wido Herawan, S.T., M.T. selaku pembimbing skripsi penulis pada Program Studi Teknik Industri Universitas Putera Batam.
5. Bapak/ Ibu dosen Teknik Industri serta staf pegawai Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan pelayanan kepada penulis.

6. Bapak Suwandi, S.T selaku direktur Yayasan Batam College yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian serta memberi masukan dan saran kepada penulis untuk kelancaran menyelesaikan materi skripsi ini.
7. Kedua orangtua dan seluruh keluarga saya tercinta yang selalu senantiasa mendoakan, memberikan nasihat, semangat, dan fasilitas dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seangkatan Teknik Industri yang memberikan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, atas segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan bisa menjadi bahan masukan bagi rekan-rekan yang sedang menyusun skripsi.

Batam, 16 Januari 2018

Ranto Fransiskus Manurung

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
SURAT PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR RUMUS	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Konsep jasa	8
2.1.2 Konsep kualitas pelayanan	8
2.1.3 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.4 Indikator kualitas pelayanan.....	14
2.1.5 Customer Service	15
2.1.6 Perilaku Konsumen	15
2.1.7 Kepuasan	16
2.1.8 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	17
2.1.9 Metode Importance Peformance Analysis (IPA)	18

2.2	Penelitian Terdahulu	18
2.3	Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODE PENELITIAN		23
3.1	Desain Penelitian	23
3.2	Populasi dan Sampel.....	24
3.2.1	Populasi	24
3.2.2	Sampel.....	24
3.3	Teknik Pengumpulan Data	25
3.3.1	Metode Kuesioner	25
3.3.2	Metode Observasi.....	25
3.4	Metode Analisis Data	25
3.4.1	Uji Validitas	25
3.4.2	Uji Realibilitas.....	26
3.4.3	Metode Service Quality (servqual)	27
3.4.4	<i>Customer satisfication index</i> (CSI)	29
3.5	Lokasi dan Waktu penelitian	30
3.5.1	Lokasi Penelitian	30
3.5.2	Waktu Penelitian	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		32
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	32
4.1.1	Profil Perusahaan.....	32
4.2	Visi dan Misi Batam College.....	34
4.2.1	Visi	34
4.2.2	Misi.....	34
4.3	Stuktur Organisasi Perusahaan	35
4.4	Deskripsi Data	36
4.4.1	Responden Berdasarkan Usia.....	36
4.4.2	Responden Berdasarkan Pendidikan	37
4.4.3	Responden Berdasarkan Jenis kelamin	37
4.5	Hasil Penelitian.....	38
4.5.1	Hasil Uji Validitas	38
4.5.2	Hasil Uji Reliabilitas	40
4.6	Pembahasan	41
4.6.1	Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	41

4.7 Analisis Tingkat Kesesuaian.....	44
4.7.1 <i>Customer Satisfication Index (CSI)</i>	47
4.7.2 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	
Lampiran 1. Data Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Populasi per Bulan	24
Tabel 3.2 Metode Service Quality (servqual)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.3Jadwal Penelitian.....	31
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	37
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.6 Perhitungan Tingkat Kepuasan Pelanggan Setiap Atribut.....	41
Tabel 4.7 Perhitungan Tingkat Kepuasan Pelanggan Setiap Dimensi.....	42
Tabel 4.8 Perhitungan Analisis Tingkat Kesesuaian.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Jumlah siswa Yayasan Batam College.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	22
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	23
Gambar 4.1 Profil Perusahaan.....	32
Gambar 4.2 Stuktur organisasi.....	35
Gambar 4.3 Kuadran Kartesius Atribut kualitas Pelayanan.....	51

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Bivariate Pearson	26
Rumus 3.2 metode Alpha (Cronbach's).....	27

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia pendidikan di Indonesia sangat berkembang dengan pesat. Hal ini dapat dilihat dengan semakin banyak bermunculan penyelenggara pendidikan baik dari pemerintahan maupun pihak swasta. Yayasan Batam Collage merupakan salah satu lembaga pendidikan yang bergerak di bidang pelatihan yang diselenggarakan oleh pihak swasta. Saat ini terdapat banyak lembaga pendidikan pelatihan yang berada di kota Batam, Sehingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat terhadap pelayanan jasa dibidang pendidikan pelatihan. Batam College harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan harapan dan kebutuhan konsumen agar dapat bersaing dengan lembaga-lembaga sejenisnya.(Nugraha, et.al 2015:62)

Proses pembelajaran juga perlu mendapatkan perhatian khusus, Karena daya Tangkap dari setiap orang dalam menerima materi berbeda-beda. Adapun faktor lainnya yang mempengaruhi antara lain kondisi belajar yang kurang kondusif, misalnya ruang kelas yang terlalu ramai dan berisik juga dapat mengganggu konsentrasi belajar.

Pada pemenuhan kebutuhan akan kemampuan pengembangan potensi dalam proses pembelajaran, banyak lembaga-lembaga pendidikan yang menyediakan jasa pelatihan. Salah satu industri jasa yang berkembang saat ini adalah jasa bimbingan belajar atau lembaga pendidikan.

Keberadaan industri jasa mendapat tempat tersendiri di kalangan masyarakat terutama kepada anak-anak muda yang ingin maju. Mereka mempunyai harapan bahwa setiap mengikuti kursus tersebut kemampuan mereka meningkat dan dapat memiliki bekal yang lebih baik untuk melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi. Secara tidak langsung kondisi seperti ini dapat meningkatkan persaingan di antara lembaga pendidikan sejenis dalam hal menawarkan produk yang terbaik untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

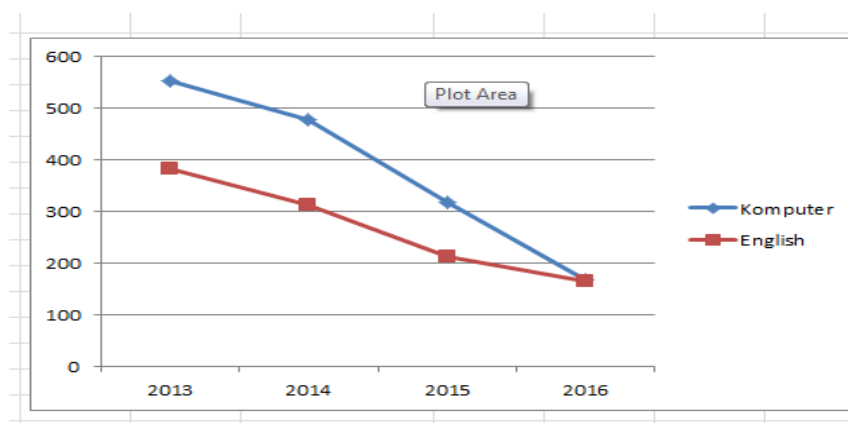
Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi, yang direncanakan untuk pemenuhan kepuasan pada konsumen. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang dan jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap usaha sebagai tolak ukur keunggulan daya saing tersebut (Emmywati, 2016:182)

Hal ini searah dengan upaya perusahaan dalam memenangkan persaingan, bahwa kunci persaingan dalam pasar global adalah kualitas total, yang mencakup penekanan pada: kualitas produk, kualitas biaya/harga, kualitas pelayanan, kualitas penyerahan tepat waktu, kualitas moral, dan mungkin bentuk-bentuk

kualitas lainnya yang terus berkembang, guna memberikan kepuasan terus-menerus kepada konsumen. (Fadilah dan Yuniati, 2016:2)

Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977). *Importance Performance Analysis* (IPA), merupakan alat bantu dalam menganalisis atau yang digunakan untuk membandingkan sampai sejauh mana antara kinerja/pelayanan yang dapat dirasakan oleh pengguna jasa dibandingkan terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan (Yola & Budianto, 2013:303)

Dalam persaingan yang semakin ketat menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan tujuan utama pada kepuasan konsumen dengan dengan memberikan nilai dan kepuasan konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing. Kepuasan konsumen menjadi tolak ukur kemajuan dan kemunduran Yayasan Batam Collage. Berdasarkan data yang diperoleh dari tahun 2013 sampai dengan 2016 jumlah siswa yayasan batam college mengalami trend menurun. Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Jumlah siswa Yayasan Batam College

Sumber : Direktur Yayasan Batam Collage (2017)

Menurut Lupiyoadi 2013, mengatakan bahwa melalui pemahaman ini diharapkan perusahaan jasa akan mampu mengeliminasi tuntutan konsumen dan mengoptimalkan kepuasan pelanggannya Lebih lanjut dalam rangka memuaskan pelanggan, upaya meningkatkan kualitas pelayanan pada umumnya difokuskan dalam pengukuran keandalan (*reliability*), jaminan dan kepastian (*assurance*), wujud (*tangible*), empati (*empathy*) dan ketanggapan (*responseveness*). Sehingga pada bagian ini, kelima dimensi tersebut secara khusus akan diukur terhadap kepuasan dari konsumen (Fadilah dan Yuniati, 2016:62). Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul .

“Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan siswa dalam mengikuti kursus pada lembaga yayasan batam collage”.

1.2 Identifikasi Masalah

Seiring dengan semakin banyaknya lembaga pelatihan di kota Batam, Yayasan Batam Collage harus mampu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan jasa agar dapat bersaing dalam menyampaikan pelayanan jasa di bidang pelatihan.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penulisan penelitian ini permasalahan dibatasi sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan di Yayasan Batam Collage, Panbil.
2. Penelitian ini hanya membahas tentang kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati) dengan metode *servqual* (*Service Quality*).
3. Penelitian ini dibatasi pada kesenjangan ke-5 dari metode *servqual* parasuraman, yaitu antara pelayanan yang diterima dan yang diharapkan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis mencoba merumuskan permasalahan yang timbul di Yayasan Batam Collage sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan pada Yayasan Batam Collage sudah memenuhi harapan pelanggan ?
2. Pelayanan seperti apa yang harus menjadi prioritas pada Yayasan Batam College ?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui kualitas pelayanan Yayasan Batam Collage.
2. Mengetahui prioritas utama pelayanan yang diinginkan siswa Yayasan Batam Collage.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis

Dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang akan mengadakan penelitian yang berhubungan dengan masalah yang sama, sehingga dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan sebagai dan sebagai referensi atau titik tolak tambahan bila diadakan penelitian lebih lanjut khususnya bagi pihak lain yang ingin mempelajari mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dapat dicapai dalam penelitian ini bagi beberapa pihak antara lain :

a) Bagi Perusahaan/Yayasan

Penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan sebagai dasar pertimbangan dalam usaha perbaikan perusahaan pada umumnya dan diharapkan dapat memberikan masukan untuk meningkat kualitas pelayanan.

b) Bagi Akademis

Penelitian ini merupakan proses pembelajaran untuk dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama ini dan diharapkan dapat menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan mengenai pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

pada usaha lembaga pelatihan khusus. Sehingga hasil penelitian ini mempunyai pengetahuan teoritis dalam kasus nyata dilapangan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep jasa

Jasa semakin berperan dalam kehidupan manusia, bahkan ada kecenderungan bahwa semakin tinggi kesejahteraan manusia maka semakin meningkat pula kebutuhan akan jasa.. Kualitas jasa adalah evaluasi pengamatan jangka panjang konsumen terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan *Lovelock dan Wright, 2010*. Menurut Kotler dan Keller 2013 kualitas jasa adalah suatu pernyataan tentang sikap terhadap perbandingan antara harapan dengan kinerja (Fadilah dan Yuniati, 2016:5).

2.1.2 Konsep kualitas pelayanan

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Pada akhirnya kepuasan konsumen menciptakan kepuasan atau loyalitas kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan. Kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja yang berkualitas, dan kinerja yang dibeli oleh pelanggan. Konsep

pelayanan yang baik akan memberikan peluang bagi perusahaan untuk bersaing dalam merebut konsumen. Sedangkan kinerja yang baik dari sebuah konsep pelayanan menimbulkan suasana yang kompetitif dimana hal tersebut dapat diimplementasikan melalui strategi untuk meyakinkan pelanggan.

Goeth dan Davis yang dikutip Tjiptono 2012 bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sebaliknya, definisi kualitas yang bervariasi dari yang kontroversional hingga kepada yang lebih strategik. Menurut Garvin yang dikutip Tjiptono 2012, menyatakan bahwa terdapat lima perspektif mengenai kualitas, salah satunya yaitu bahwa kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi (Emmywati, 2016:186).

Pelayanan dapat didefinisikan sebagai segala bentuk kegiatan/aktivitas yang diberikan oleh satu pihak atau lebih kepada pihak lain yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pihak kedua yang bersangkutan atas barang dan jasa yang diberikan. Pelayanan memiliki pengertian yaitu terdapatnya dua unsur atau kelompok orang dimana masing-masing saling membutuhkan dan memiliki keterkaitan, oleh karena itu peranan dan fungsi yang melekat pada masing-masing unsur tersebut berbeda. Hal-hal yang menyangkut tentang pelayanan yaitu faktor manusia yang melayani, alat atau fasilitas yang digunakan untuk memberikan pelayanan, mekanisme kerja yang digunakan dan

bahkan sikap masing-masing orang yang memberi pelayanan dan yang dilayani (Emmywati, 2016:186).

2.1.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Pada prinsipnya, definisi kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa, pelangganlah yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani 2010 terdapat lima dimensi kualitas jasa (Servqual) yaitu sebagai berikut (Fadilah dan Yuniati, 2016:5).

1. **Bukti fisik (*Tangibles*)**

Bukti fisik adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

2. **Kehandalan (*Reliability*)**

Kehandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan adalah pengetahuan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

5. Empati (*Empathy*)

Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Tidak dipungkiri bahwa dalam penyampaian pelayanan, sering terdapat perbedaan antara apa yang sudah ditetapkan dalam *Standart Operating Procedure* (SOP) dengan kenyataan dilapangan. Hal ini disebut kesenjangan (*gap*). Dalam *servqual* sendiri juga dijelaskan lima *gap* yang dapat terjadi menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas jasa adalah sebagai berikut (Harianja, 2015:776) :

1. Kesenjangan persepsi manajemen

Kesenjangan persepsi manajemen adalah adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Kesenjangan ini terjadi karena kurangnya orientasi penelitian pemasaran, pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan penelitian, kurangnya interaksi antara pihak

manajemen dengan pelanggan, komunikasi dari bawah ke atas yang kurang memadai, serta terlalu banyaknya tingkatan manajemen.

2. Kesenjangan spesifikasi kualitas

Kesenjangan spesifikasi kualitas adalah kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan terjadi antara lain karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, tidak memadainya standarisasi tugas, dan tidak adanya penyusunan tujuan.

3. Kesenjangan penyampaian jasa

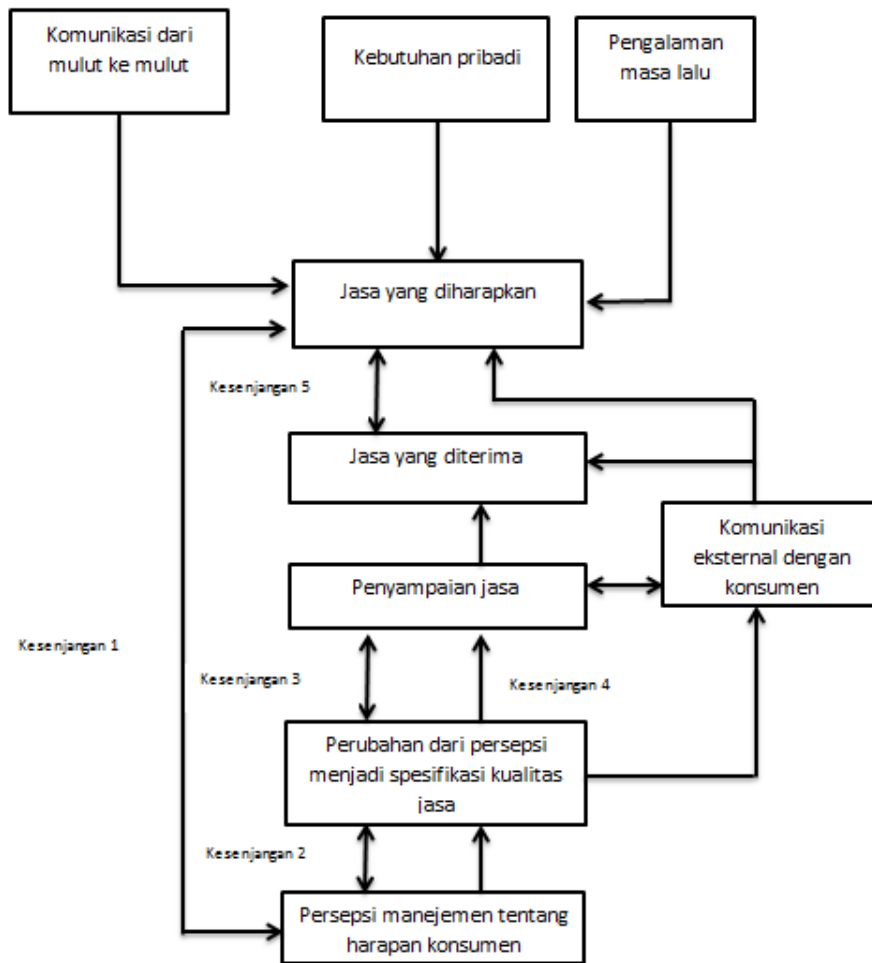
Kesenjangan penyampaian jasa adalah kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Kesenjangan ini terutama disebabkan oleh faktor-faktor : ambiguitas peran (yaitu sejauh mana karyawan dapat melakukan tugas sesuai dengan harapan manajer tetapi memuaskan pelanggan), konflik peran (yaitu sejauh mana karyawan meyakini bahwa mereka tidak memuaskan semua pihak), kesesuaian karyawan dengan tugas yang harus dikerjakannya, kesesuaian teknologi yang digunakan oleh karyawan, sistem pengendalian dari atasan (yaitu tidak memadainya sistem penilaian dan sistem imbalan), kontrol yang diterima (sejauh mana karyawan merasakan kebebasan atau fleksibilitas untuk menentukan cara pelayanan), kerja tim (sejauh mana karyawan dan manajemen merumuskan tujuan bersama di dalam memuaskan pelanggan secara bersama-sama dan terpadu).

4. Kesenjangan komunikasi eksternal

Kesenjangan komunikasi adalah kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan pelanggan mengenai kualitas jasa dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh perusahaan melalui komunikasi pemasaran. Kesenjangan ini terjadi karena tidak memadainya komunikasi horizontal dan adanya kecenderungan memberikan janji yang berlebihan.

5. Kesenjangan dalam pelayanan yang dirasakan

Kesenjangan dalam pelayanan yang dirasakan adalah perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan yang diharapkan oleh pelanggan. Jika keduanya terbukti sama, maka perusahaan akan memperoleh citra dan dampak positif. Namun bila yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kesenjangan ini akan menimbulkan permasalahan bagi perusahaan. Kesenjangan (*gap*) tersebut diatas, tersaji pada Gambar 2.1 berikut :



Gambar 2.1 Analisis Lima Kesenjangan

2.1.4 Indikator kualitas pelayanan

Indikator untuk kualitas pelayanan dalam penelitian ini meliputi :

1. Bukti langsung (*Tangibles*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Emphati*)

2.1.5 Customer Service

Makna layanan pelanggan berbeda antar organisasi. Dalam sektor jasa, layanan pelanggan dapat diartikan sebagai kualitas total jasa yang dipersepsikan oleh pelanggan. Oleh sebab itu, tanggung jawab atas unsur bauran pemasaran ini tidak bisa diisolasi hanya pada departemen layanan pelanggan, tetapi menjadi perhatian dan tanggung jawab semua personil produksi, baik yang dipekerjakan oleh organisasi jasa maupun oleh pemasok. Manajemen kualitas jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berkaitan erat dengan kebijakan desain produk dan personalia (Fadilah dan Yuniati, 2016:4).

2.1.6 Perilaku Konsumen

Konsumen adalah raja. Inilah yang sering dikemukakan oleh para produsen. Di Jepang bahkan dikenal juga konsumen adalah (*Consumer Is God*). Ungkapan di atas tidak berlebihan, karena konsumen adalah salah satu elemen penting dalam sistem perekonomian modern. Sebaik apapun produk yang dihasilkan produsen, sehebat apa pun pelayanan yang diberikan oleh produsen, barang dan jasa tersebut tidak akan dibeli oleh konsumen jika konsumen tidak membutuhkannya. Maka dari itu, konsumen adalah raja. Menurut Sumarwan, 2011 perilaku konsumen yaitu perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Dharmmesta dan Handoko 2011 mendefinisikan perilaku konsumen sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang

dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Dari beberapa definisi yang telah disebutkan di atas dapat disimpulkan Sumarwan, 2011 bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong kegiatan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan kegiatan mengevaluasi termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Ada 2 (dua) elemen penting dari arti perilaku konsumen, yaitu: 1. Proses pengambilan keputusan, 2. Kegiatan fisik, yang semua ini melibatkan banyak individu dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa (Fadilah dan Yuniati, 2016:5-6).

2.1.7 Kepuasan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan (profit) dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Menurut Kotler yang dikutip Tjiptono 2011 bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara yang diharapkan pelanggan (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha memenuhi harapan pelanggan. Sehingga yang menjadi indikator kepuasan pelanggan yang berfokus dari keinginan dan harapan pelanggan antara lain pelayanan memuaskan,

pelayanan sesuai harapan, permasalahan terselesaikan, kesediaan merekomendasikan, dan minat penggunaan ulang (Emmywati, 2016:188).

2.1.8 *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Secara umum kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen. Dari beragam definisi kepuasan konsumen yang telah diteliti dan didefinisikan oleh para ahli pemasaran, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya dibandingkan dengan harapan konsumen. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Indeks kepuasan digunakan untuk mengukur sejauh mana pelanggan puas atas pelayanan yang didapatkan.

Terdapat beberapa manfaat dari index kepuasan pelanggan, yaitu: (Nugraha et al., 2014:223-224).

1. Hasil pengukuran selalu dijadikan sebagai acuan untuk menentukan sasaran di tahun-tahun yang akan datang.
2. Indeks diperlukan karena proses pengukuran kepuasan pelanggan yang bersifat kontinyu.

3. Indeks diperlukan juga untuk melakukan benchmarking antara tingkat kepuasan pelanggan suatu perusahaan dan tingkat kepuasan pelanggan dari pelanggan pesaing.

2.1.9 Metode Importance Performance Analysis (IPA)

Analisis Importance Performance Analysis (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1997). *Importance Performance Analysis (IPA)* merupakan alat bantu dalam menganalisis atau digunakan untuk membandingkan sampai sejauhmana antara kinerja/pelayanan yang dapat dirasakan oleh pengguna jasa dibandingkan terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan (Yola dan Budianto, 2013:303).

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang terkait dengan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

PENELITI	JUDUL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
Nugraha, Lutfi; Yuniar; Harsono, Ambar (2015 : 61-72)	Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan Bahasa Inggris Menggunakan Metode Di Lbpp Lia Martadinata Serv Ic E Q Ual It Y (Servqual) Kota Bandung.	Berdasarkan hasil analisis, maka dapat diketahui penyebab ketidakpuasan konsumen. Sehingga untuk memperbaiki hal tersebut dapat diberikan usulan peningkatan kualitas pelayanan. Usulan peningkatan perlu dilakukan sesuai dengan penyebab terjadinya ketidakpuasan berdasarkan hasil perhitungan Gap.
Fadilah, Rizky Yudha Yuniati, Tri (2016 : 1-17)	Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen	terdapat pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, empat, promosi, orang, layanan pelanggan, proses dan lingkungan fisik) terhadap kepuasan konsumen dengan arah pengaruh yang positif.
Yola, Melfa Budianto, Duwi (2013 : 301 – 309)	Nalisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Pada Supermarket Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Ipa)	Atribut yang terdapat dalam Kuadran A adalah atribut yang perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk menjaga customernya agar tetap loyal berbelanja di perusahaannya.

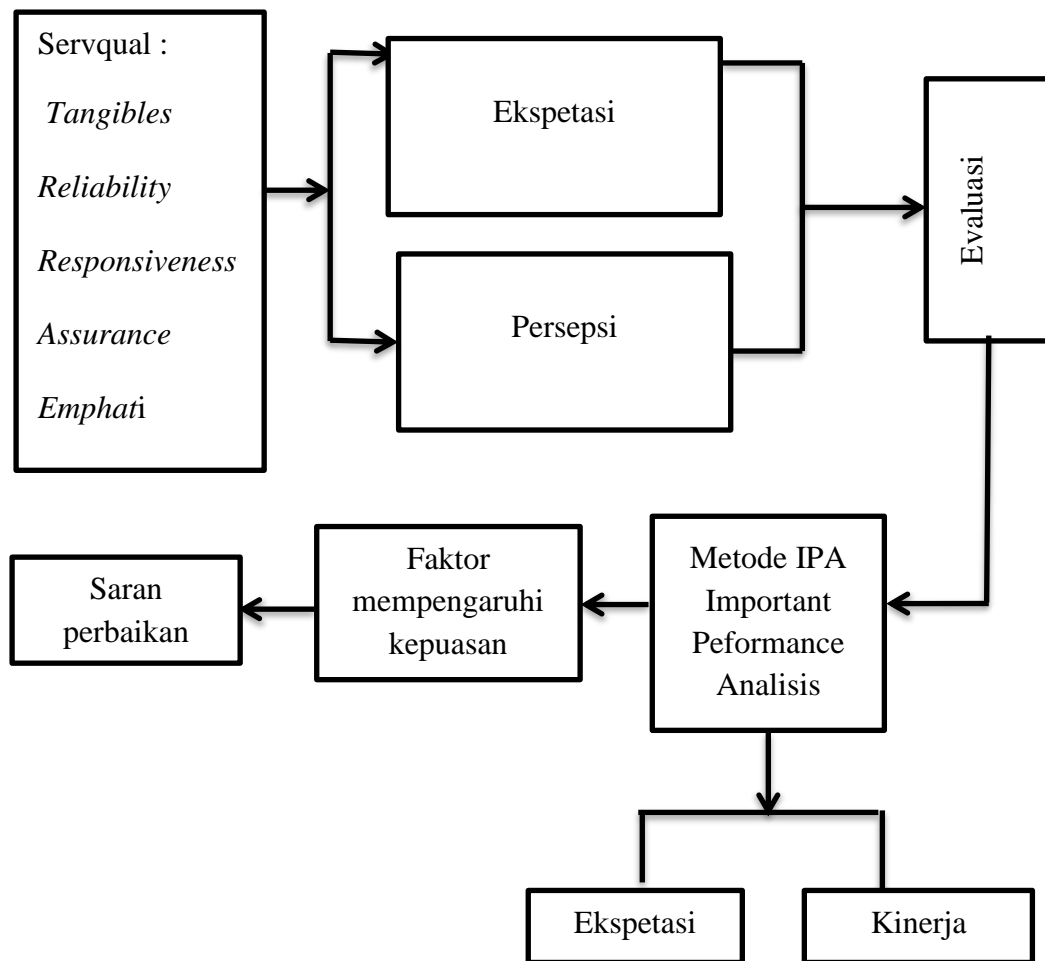
Lanjutan tabel 2.1 penelitian terdahulu

<p>Dene Herwanto, Zulfa Fitri Ikatrinasari, Euis Nina Sapparina Yuliani (2013)</p>	<p>Improving The Service Quality By Using Importance Performance Analysis And House Of Quality In Smk Plus Laboratorium Indonesia, Karawang</p>	<p>Data tersebut diperoleh melalui pembagian kuesioner. Kuesioner digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model yang diajukan oleh Zeithaml et al. Dan dikembangkan oleh Arsyad(2008) sebelum kuesioner dibagikan kepada seluruh responden, kuesioner dibagikan kepada 30 (tiga puluh) responden pertama sebagai studi pendahuluan. Jika data kuesioner ini penyebaran awal dinyatakan sah dan terpercaya, kuesionernya akan didistribusikan kembali kesemua responden. Hasil pengujian validitas dan realibilitas data menunjukkan bahwa semua data valid dan dapat diandalkan.</p>
<p>Tefera, Orthodox (2017 : 1-23)</p>	<p>Hotel Ratings , Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty : The Perception of Guests at Ethiopian Hotels</p>	<p>Dengan melakukan survei kepuasan reguler. Sejak perbaikan di loyalitas pelanggan penting bagi organisasi mana pun yang bergantung pada bisnis yang berulang, hotel Manajemen juga perlu menciptakan lingkungan layanan yang menghasilkan loyalitas.</p>

2.3 Kerangka Pemikiran

Dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa adalah jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*). Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah model *servqual* (*Services Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry. Dalam model yang disebut juga *gap*, dimensi kualitas jasa meliputi reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik.

Model *servqual* ini didasarkan pada asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja jasa pada atribut-atribut relevan dengan standar ideal untuk masing-masing atribut jasa. Bila kinerja sesuai dengan atau melebihi standar / harapan, maka persepsi atas kualitas jasa keseluruhan akan positif dan sebaliknya. Jika terjadi persepsi negatif berarti ada *gap services* dimana jasa yang dipersepsikan tidak konsisten dengan jasa yang diharapkan. *Gap* ini bisa menimbulkan sejumlah konsekuensi negatif terhadap citra institusi dan kehilangan pelanggan.

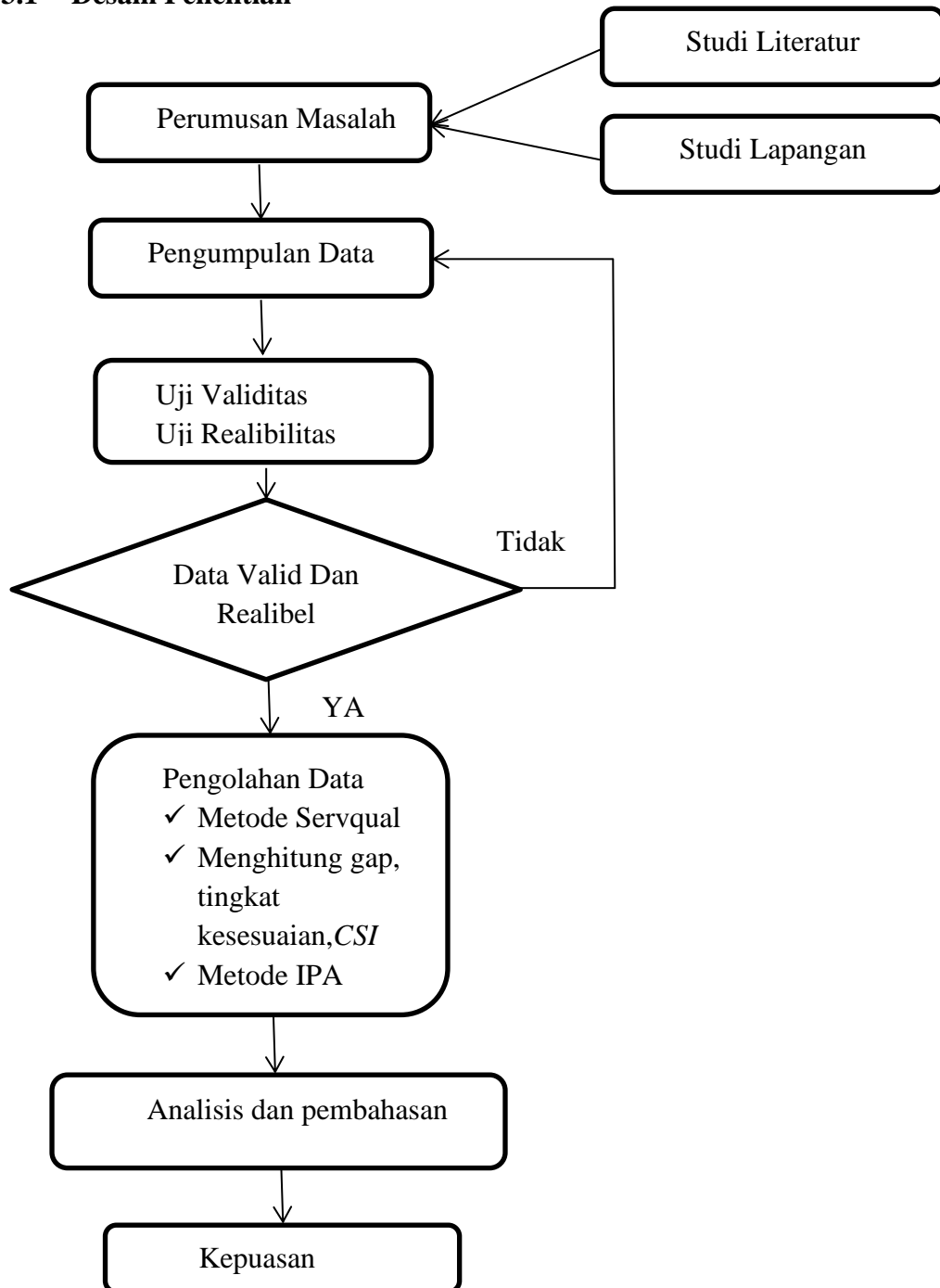


Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian



Gambar 3.1 Desain Penelitian

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang dipelajari mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dapat pula dimaksudkan sebagai sekelompok organisasi, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Emmywati, 2016:188).

Adapun yang dijadikan sebagai populasi adalah rata-rata siswa yayasan Batam College yaitu Rata - rata siswa = $\frac{33+25+26}{3} = 28 \text{ orang}$ dalam tiga bulan terakhir 2017.

Tabel 3.1 Populasi per Bulan

Bulan	Jumlah Siswa
Agustus	33
September	25
Oktober	26

Sumber : Yayasan Batam College

$$\text{Rata - rata siswa} = \frac{33+25+26}{3} = 28 \text{ orang}$$

3.2.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah sekedar acak-acak jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar dari 100 orang dapat diambil 10 – 15 % atau 20 – 25 % atau lebih menurut Suharsimi Arikunto.(SAMIDI, 2015:6)

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Metode Kuesioner

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.(Yola & Budianto, 2013:303)

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada siswa.

3.3.2 Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara orang yang melakukan pengamatan (observer) mengadakan pengamatan langsung ke lapangan tentang segala sesuatu yang ingin diketahui pada objek yang diteliti. Agar hasil observasi sesuai dengan apa yang diinginkan, observer harus membuat pedoman observasi, yaitu berupa daftar informasi yang ingin diketahui oleh observer.

3.4 Metode Analisis Data

3.4.1 Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan suatu ukuran tingkat kevalitan atau ketepatan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid memiliki validitas tinggi, Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah Secara umum ada dua rumus atau cara Uji Validitas yaitu dengan Korelasi Bevariate Pearson dan *Correlated Item-Total Correlation*. Korelasi Bevariate Pearson adalah salah satu

rumus yang dapat digunakan untuk melakukan uji validitas data dengan program SPSS dengan demikian penulis menggunakan Rumus Bivariate Pearson (Korelasi Pearson Product Moment) dalam melakukan Uji Validitas (Putra, Sholeh, & Widyastuti, 2014:177).

$$r_{\sigma} = \frac{n.(\Sigma xy)(\Sigma x).(\Sigma y)}{\sqrt{[n.\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2].[n.\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2]}} \dots\dots\dots \text{Rumus 3.1}$$

Keterangan :

X = Skor variabel

Y = Skor total variabel

n = Jumlah responden

Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap. Pengujian menggunakan uji dua pihak dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (uji dua pihak dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau itemitem pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

3.4.2 Uji Realibilitas

Kata reliabilitas yang disebut dalam bahasa Inggris yaitu reliability adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Uji Reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. Dalam program SPSS akan dibahas untuk uji yang sering digunakan penelitian mahasiswa adalah dengan menggunakan metode Alpha (Cronbach's). Metode Alpha sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala (misal 1-4, 1-5) atau skor rentangan (misal 0-20, 0-50), (Putra et al., 2014:178).

Rumus dari metode Alpha (Cronbach's) adalah sebagai berikut (Nugraha, Harsono, dan Adianto, 2014:226) :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \dots\dots\dots \text{Rumus 3.2}$$

Keterangan :

- r_{11} = reliabilitas instrumen
- K = jumlah butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian pada butir
- σ_t^2 = varian total

3.4.3 Metode Service Quality (servqual)

Dimensi Kualitas Jasa Pada prinsipnya, definisi kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas jasa harus

dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa, pelangganlah yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan. Terdapat lima dimensi kualitas jasa (Servqual) yaitu sebagai berikut: 1) *Tangibles* (bukti fisik), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, 2) *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi, 3) *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas, 4) *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan, 5) *Empathy* (perhatian), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen (Fadilah dan Yuniati, 2016:5).

3.4.4 *Customer satisfaction index (CSI)*

Digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja pelayanan. Tahap-tahap pengukuran CSI adalah sebagai berikut :

1. Menghitung *Weighting Factor* (WF), mengubah nilai rata-rata kepentingan menjadi angka persentase dari total rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang diuji, sehingga didapatkan total WF sebesar 100%.
2. Menghitung *Weight Score* (WS), menilai perkalian antara nilai rata-rata tingkat kepuasan masing-masing atribut dengan WF masing-masing atribut.
3. Menghitung *Weight Total* (WT), menjumlahkan WS dari semua atribut.

Menghitung *satisfaction index* adalah WT dibagi skala maksimum yang digunakan, kemudian dikalikan 100%. Tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan.

Tabel 3.3 Skala Customer Satisfaction Index

No	Nilai index	Keterangan
1	0% - 34,99%	Tidak Puas
2	35% - 50,99%	Kurang Puas
3	51% - 65,99%	Cukup puas
4	66% - 80,99%	Puas
5	81% - 100%	Sangat Puas

3.4.5 Importance Performance Analysis (IPA)

Menurut Philip Kotler arti penting-kinerja (*Importance Performance Analysis*) dapat digunakan untuk merangking berbagai elemen dari kumpulan jasa dan mengidentifikasi tindakan yang diperlukan. Dalam metode ini diperlukan pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar pelanggan merasa puas terhadap kinerja perusahaan, dan seberapa besar pihak penyedia jasa memahami apa yang diinginkan pelanggan terhadap jasa yang mereka berikan.

Pada analisis *Importance Performance Analysis*, dilakukan pemetaan menjadi empat kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan (Nugraha et al., 2014:224).

3.5 Lokasi dan Waktu penelitian

3.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti tersebut akan melakukan penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Penelitian ini dilakukan di Yayasan Batam College yang beralamat Ruko Panbil Blok B No.11 Muka kuning.

