

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA BKB AL QOLAM**

(Jurnal)

**Oleh:
Aprohan Saputra
1213031076**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2016**

PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BKB AL QOLAM

Aprohan Saputra

I Komang Winatha dan Tedi Rusman
Pendidikan Ekonomi P. IPS FKIP Unila

Jalan Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 01 Bandar Lampung

This research aimed to determine the influence of service quality dimension toward customer satisfaction. Population of the research were 85 students. Using Slovin's formula with simple random sampling, it is obtained a sample of 70 students. The method used in this research was descriptive verification, *expost facto* approach and survey method. Hypothesis were analyzed using linear regression and multiple linear regression. The results showed that there is a positive and significant influence of service quality dimension: reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles toward customer satisfaction in Al Qolam Institution of Guidance and Learning Consultation Campus C Bandar Lampung for academic year 2015/2016 to elaborate both directly and indirectly.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 85 siswa. Menggunakan rumus *Slovin* dengan *simple random sampling* diperoleh sampel sebanyak 70 siswa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif verifikatif, dengan pendekatan *expost facto* dan metode *survey*. Pengujian hipotesis dianalisis dengan menggunakan regresi linier sederhana dan regresi linier multipel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dimensi kualitas pelayanan jasa: *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Kampus C Bandar Lampung Tahun Ajaran 2015/2016, baik secara langsung maupun secara tidak langsung.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, lembaga bimbel

PENDAHULUAN

Persaingan dalam meningkatkan kualitas kehidupan manusia membuat seseorang terus menggali kemampuannya dalam menguasai teknologi, kemampuan komunikasi dalam melobi, mengasah kemampuan untuk memecahkan persoalan, meningkatkan pengetahuan diri dan sebagainya. Persaingan kemampuan ini membuat banyak bermunculan lembaga pendidikan swasta yang menawarkan peningkatan kemampuan tersebut, seperti lembaga pendidikan konsultasi dan bimbingan belajar, lembaga pendidikan komputer, lembaga pendidikan berwirausaha, dan lain-lain.

Lembaga-lembaga tersebut berupaya meningkatkan kemampuannya dalam pelayanan sehingga memiliki daya saing tinggi dalam memuaskan pelanggan. Menurut Schannars yang dikutip dari Danang Sunyoto (2012: 224-225) bahwa pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas, karena jika terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen dan membentuk suatu rekomendasi dalam mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Dua kata “kualitas” dan “kepuasan” telah sering terucap, terdengar dan tertanam dalam benak masing-masing orang dan atau lembaga (Dabholkar, et al., 2000), misalnya, mengkonstruksi bahwa kualitas jasa pel-

ayanan merupakan antaseden terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian tingkat kualitas pelanggan diprediksi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan. Pada umumnya, konsumen memiliki ekspektasi berkenaan dengan kualitas jasa pelayanan. (Steph Subanidja dan Martha Sri Martani CB; sumber www.stiks-tarakanita.ac.id).

Dalam konteks lembaga pendidikan, yakni lembaga bimbingan belajar, siswa dalam hal ini sebagai pelanggan, juga memiliki ekspektasi tentang kualitas jasa pelayanan. Kualitas jasa pelayanan lembaga bimbingan belajar yang diterima pelanggan merupakan perasaan psikologis pelanggan setelah pelanggan tersebut menerima jasa pelayanan. Jika jasa pelayanan dirasa berkualitas, maka akan memunculkan rasa puas. Oleh karena itu, kualitas pelayanan jasa sangatlah diperlukan lembaga pendidikan agar pelanggan merasa puas.

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan, adanya kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan dengan konsumen. (Danang Sunyoto, 2012:236).

Kualitas pelayanan menurut penelitian-penelitian yang dilakukan Parasuraman et.al. dalam Danang Sunyoto (2012:238) terangkum dalam 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti langsung (tangibles), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai/tutor/karyawan, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (reliability), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (responsiveness), yaitu keinginan para staf/tutor dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (assurance), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf/tutor, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-ruguan.
5. Empati (empathy), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Bicara masalah kualitas berarti bicara masalah persepsi konsumen, yang dapat menilai suatu kualitas jasa adalah pelanggan dalam hal ini siswa yang mengikuti bimbingan belajar. Jika lembaga tersebut mampu memberikan tingkat kualitas pelayanan yang baik maka jumlah siswa dari tahun ketahun akan mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah siswa yang mengikuti bimbingan dan konsultasi belajar dapat menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian pendahuluan, diperoleh data selama enam tahun terakhir bahwa jumlah permintaan

atau peserta yang telah mengikuti bimbingan dan konsultasi belajar jenjang pendidikan SMP di Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Kampus C Bandar Lampung mengalami fluktuasi presentase perubahan. Pada tahun ajaran 2010/2011 terjadi penurunan sebanyak 52 siswa atau sebesar 12,5%. Pada tahun ajaran 2011/2012 terjadi penurunan sebanyak 165 siswa atau sebesar 45,2%. Sedangkan pada tahun ajaran 2012/2013 meningkat 191 siswa atau sebesar 95,5%. Penurunan kembali terjadi dua tahun terakhir sebesar 39,1% tahun ajaran 2013/2014 dan 15,5% pada tahun ajaran 2014/2015. Ketidakstabilan perkembangan jumlah siswa membuktikan adanya pelanggan atau konsumen yang merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan pada lembaga bimbingan tersebut. Jika tidak segera ditangani hal ini dapat merugikan prestasi dan reputasi lembaga yang akibatnya pelanggan akan berpaling atau mencari lembaga bimbingan yang menawarkan kualitas pelayanan yang lebih memuaskan.

Kepuasan pelanggan tentunya sangat dipengaruhi banyak faktor dalam kualitas pelayanan yakni terkandung dalam dimensi kualitas pelayanan jasa. Menurut Kotler (2002:36) bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan atas kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan yang dirumuskan sebagai berikut.

1. Apakah ada pengaruh *reability* terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Kampus C Bandar Lampung Tahun Ajaran 2015/2016.
2. Apakah ada pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Kampus C Bandar Lampung Tahun Ajaran 2015/2016.
3. Apakah ada pengaruh *assurance* terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Cabang C Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2014/2015.
4. Apakah ada pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Kampus C Bandar Lampung Tahun Ajaran 2015/2016.
5. Apakah ada pengaruh *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Kampus C Bandar Lampung Tahun Ajaran 2015/2016.
6. Apakah ada pengaruh dimensi kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Kampus C Bandar Lampung Tahun Ajaran 2015/2016.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan *expost*

facto dan *survey* yang mengambil sampel dari satu populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa bimbingan jenjang pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) pada Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Kampus C Bandar Lampung Tahun Ajaran 2015/2016 sebanyak 85 orang. Selanjutnya dalam menentukan besarnya sampel dihitung berdasarkan rumus Slovin diperoleh sampel dalam penelitian ini sebanyak 70 siswa sebagai responden. Teknik pengambilan sampel adalah *probability sampling* dengan menggunakan *proportional random sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang dipilih untuk menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2009:82). Setiap pertanyaan angket yang diajukan kepada responden diukur berdasarkan skala *semantict deferencial*. Untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel *reliability* (X_1), *responsiveness* (X_2), *assurance* (X_3), *empathy* (X_4), *tangibles* (X_5) terhadap kepuasan pelanggan (Y), maka digunakan analisis Regresi Linier Sederhana dan Regresi Linier Multiple.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan di dalam penelitian ini, maka diperoleh hasil dan pembahasan sebagai berikut.

1. Pengujian hipotesis pertama, diperoleh bahwa $t_{hitung} = 5,870 > t_{tabel} = 1,995$ dengan tingkat sig. $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan koefisien determinasi (r^2) 0,249 yang berarti kepuasan pelanggan pada

Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Kampus C Bandar Lampung Tahun Ajaran 2015/2016 sebesar 24,9% dipengaruhi oleh *reliability* (keandalan), sedangkan 75,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Meskipun dimensi ini hanya memberikan sumbangan sebesar 24,9% tetapi unsur ini tidak dapat diabaikan, dalam pemberian jasa pendidikan yang berkualitas karena bagaimanapun juga dimensi ini dipersepsi penting bagi konsumen jasa pendidikan, siswa akan merasa puas akan jasa pendidikan yang mereka terima bila lembaga mampu memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

Menurut Zeithaml dan M. J. Bitner dalam Tjiptono (2008:58-69), bahwa mengukur kualitas jasa lembaga bimbingan dapat diukur berdasarkan dimensi *Reliability* (keandalan), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Keandalan ini meliputi ketepatan waktu, pelatihan, kesesuaian isi pelatihan dengan rencana yang ditawarkan, penguasaan materi ajar, komunikatif dengan peserta bimbingan. Selanjutnya Majid Suharto Abdul (2009:59) menyatakan, bahwa dalam upaya memberikan layanan yang terbaik kepada konsumen sehingga memunculkan rasa kepuasan terhadap konsumen dapat diwujudkan dengan menonjolkan kemampuan seseorang atau kelompok orang untuk melaksanakan layanan secara optimal dengan

menggabungkan konsep kemampuan, sikap, penampilan, tindakan, dan tanggung jawab dalam proses pelayanannya.

Keandalan atau tindakan yang cepat dan akurat kepada setiap kebutuhan dan keluhan pelanggan merupakan bentuk dari kualitas pelayanan prima sesuai apa yang dijanjikan oleh perusahaan dimana setiap karyawan/staf dapat dengan cepat dan akurat menangani permasalahan yang ada tanpa menimbulkan permasalahan dan membuat pelanggan merasa puas telah menggunakan jasa lembaga. Kemampuan dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, akurat dan memuaskan akan memberikan perasaan yang positif kepada konsumen sebagai pengguna jasa, oleh karena itu Al Qolam dituntut memahami kebutuhan konsumennya. Ketepatan jadwal bimbingan belajar dan kehadiran tutor sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dimana saat ini pelanggan bukan hanya memerlukan kenyamanan tapi ketepatan waktu sesuai dengan janji yang diberikan lembaga dengan segera, akurat dan memuaskan.

2. Pengujian hipotesis kedua, diperoleh bahwa $t_{hitung} = 5,538 > t_{tabel} = 1,995$ dengan tingkat sig. $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan koefisien determinasi (r^2) 0,234 yang berarti kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Kampus C Bandar Lampung Tahun Ajaran 2015/2016 sebesar 23,4% dipengaruhi oleh *responsiveness*

(ketanggapan), sedangkan 76,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Meskipun dimensi ini hanya memberikan sumbangan sebesar 23,4% tetapi unsur ini tidak dapat diabaikan, dalam pemberian jasa pendidikan yang berkualitas karena dimensi ini dipersepsi penting bagi konsumen jasa pendidikan, siswa akan merasa puas akan jasa pendidikan yang mereka terima bila lembaga mampu memberikan pelayanan yang tanggap untuk membantu para pelanggan dalam melayani dan penanganan keluhan peserta bimbingan secara cepat dan tidak memakan waktu yang panjang.

Menurut Zeithaml dan M. J. Bitner dalam Tjiptono (2008:58-69) bahwa mengukur kualitas jasa lembaga bimbingan dapat diukur berdasarkan dimensi *Responsiveness* (ketanggapan), yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. Ketanggapan ini meliputi: kesigapan staf non akademik dalam melayani peserta bimbingan, penanganan keluhan peserta bimbingan. Pelayanan yang baik atas keluhan pelanggan sangat diperlukan karena pelanggan akan merasa puas jika lembaga memahami dan mengerti setiap keluhan yang diutarakan serta memberikan tindakan nyata atas keluhan tersebut.

3. Pengujian hipotesis ketiga, diperoleh bahwa $t_{hitung} = 6,816 > t_{tabel} = 1,995$ dengan tingkat sig. $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak

dan H_a diterima dan koefisien determinasi (r^2) 0,246 yang berarti kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Kampus C Bandar Lampung Tahun Ajaran 2015/2016 sebesar 24,6% dipengaruhi oleh *assurance* (jaminan), sedangkan 75,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Menurut Handi Irawan dalam Fatmah (2006) dimensi kualitas pelayanan jasa yang menentukan kepuasan konsumen adalah *assurance* (jaminan atau kepastian), yaitu dimensi yang berhubungan dengan kemampuan *frontline staff* dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada konsumennya. Seterusnya, Zeithaml dan M. J. Bitner dalam Tjiptono (2008:58-69) menyatakan, bahwa mengukur kualitas jasa lembaga bimbingan dapat diukur berdasarkan dimensi *Assurance* (jaminan atau kepastian), meliputi kemampuan staf non akademik atas: kualitas keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan, prestasi dan reputasi lembaga.

Rasa percaya dan keyakinan dari pelanggan adalah hal yang dibutuhkan oleh Al Qolam sebagai penyedia jasa, pengetahuan dan kesopanan karyawan/staf serta kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan sangat dibutuhkan oleh pelanggan. Karyawan harus memiliki data, informasi dan pengetahuan yang baik untuk menjawab pertanyaan dari pelanggan. Karyawan juga harus memiliki kompetensi yang

baik dalam memberikan layanan. Serta harus mampu memberikan jaminan keamanan, kenyamanan dan kepercayaan terhadap pelayanan yang diberikan sehingga dapat memberikan rasa puas kepada pelanggan.

4. Pengujian hipotesis keempat, diperoleh bahwa $t_{hitung} = 8,799 > t_{tabel} = 1,995$ dengan tingkat sig. $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan koefisien determinasi (r^2) 0,532 yang berarti kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Kampus C Bandar Lampung Tahun Ajaran 2015/2016 sebesar 53,2% dipengaruhi oleh *empathy* (kepedulian), sedangkan 46,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Menurut Zeithaml dan M. J. Bitner dalam Tjiptono (2008:58-69), bahwa mengukur kualitas jasa lembaga bimbingan dapat diukur berdasarkan dimensi *Empathy* (kepedulian), yaitu perhatian secara individu yang diberikan perusahaan kepada peserta bimbingan seperti kemudahan untuk menghubungi lembaga, kemampuan staf non akademik berkomunikasi dengan peserta. Selain itu, Irwan dalam Majid Suharto Abdul (2009:48) menyatakan bahwa faktor manusia memegang kontribusi sekitar 70 persen dalam *service quality*, tidak mengherankan kepuasan terhadap pelayanan biasanya sulit ditiru. Pembentukan *attitude* dan perilaku sering dengan keinginan perusahaan menciptakan budaya pelayanan yang prima

bukanlah pekerjaan mudah. Sedangkan menurut Majid Suharto Abdul (2009:60) di dalam dimensi layanan prima minimal harus ada tiga hal pokok, yaitu adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada konsumen, upaya melayani dengan tindakan terbaik dan ada tujuan untuk memuaskan konsumen dengan berorientasi kepada standar layanan tertentu.

Al qolam sebagai lembaga yang bergerak dibidang jasa maka interaksi antara penyedia jasa/ lembaga dengan pelanggan sebaiknya lebih intensif. Komunikasi antara lembaga dengan pelanggan harus dibangun agar lembaga lebih memahami kebutuhan pelanggan sehingga pelanggan akan merasa dekat. Perlakuan yang tidak membedakan status social dan gender sangat dibutuhkan oleh pelanggan sehingga tidak ada pihak yang merasa terintimidasi. Karena perlakuan yang adil dari lembaga dan karyawan/staf akan memberikan persepsi positif dari pelanggan, sehingga terciptalah kepuasan di hati para pelanggan.

5. Pengujian hipotesis kelima, diperoleh bahwa $t_{hitung} = 12,535 > t_{tabel} = 1,995$ dengan tingkat sig. $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan koefisien determinasi (r^2) 0,698 yang berarti kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Kampus C Bandar Lampung Tahun Ajaran 2015/2016 sebesar 69,8% dipengaruhi oleh *tangibles* (bukti fisik), sedangkan 30,2% dipengaruhi oleh faktor lain

yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Menurut Zeithaml dan M. J. Bitner dalam Tjiptono (2008:58-69), bahwa mengukur kualitas jasa lembaga bimbingan dapat diukur berdasarkan dimensi *Tangibles* (berwujud), meliputi penampilan fasilitas fisik seperti keadaan fisik gedung, lingkungan lokasi tempat pelatihan, kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan, penampilan pekerja. Dimensi *tangibles* atau bukti fisik harus menjadi perhatian lembaga Al Qolam karena kondisi fisik atau bentuk nyata dari barang dan jasa yang ditawarkan oleh lembaga akan memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas jasa pelayanan yang akan diberikan. *Tangibles* merupakan hal utama yang dilihat dan diperhatikan pelanggan dalam memutuskan untuk memilih jasa yang ditawarkan, layak atau tidak jasa tersebut digunakan oleh pelanggan. Menurut Tjiptono dalam Danang Sunyoto (2012:239) jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagaimana halnya barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan fakta-fakta *tangibles* yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas.

6. Pengujian hipotesis keenam, diperoleh bahwa $F_{hitung} = 55,739 > F_{tabel} = 2,358$ dengan tingkat sig. $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan koefisien korelasi sebesar 0,902 (kategori sangat tinggi) dan koefisien determinasi (r^2) 0,813 yang berarti kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan dan

Konsultasi Belajar Al Qolam Kampus C Bandar Lampung Tahun Ajaran 2015/2016 sebesar 81,3% dipengaruhi oleh *reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangibles*, sedangkan 18,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Terdapat hubungan erat antara kualitas produk dan pelayanan, kepuasan pelanggan, dan *profitabilitas* perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta (sering kali) biaya yang lebih rendah. (Philip Kotler, 2002: 48). Sedangkan menurut Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana (2001:68) mengemukakan bahwa kualitas dan kepuasan konsumen berkaitan erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat kepada perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.

Dalam mempertahankan kualitas pelayanan pada lembaga pendidikan menurut Gaspert dalam Ety Rochaety, dkk (2005:109) yang harus diperhatikan adalah atribut perbaikan kualitas jasa yang berkesinambungan, yaitu: (a) Ketepatan waktu pelayanan; (b) Akurasi pelayanan; (c) Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan; (d) Tanggung jawab berkaitan dengan penerimaan saran, dan penanganan keluhan pelanggan; (e) Kelengkapan ketersediaan sarana pendukung; (f) Variasi model pelayanan. Siswa dapat memilih waktu bimbingan belajar; (g) Kemudahan mendapatkan pelayanan; (h) Pelayanan pribadi, berkaitan dengan fleksibilitas penanganan khusus sekelompok pelanggan yang meminta penanganan khusus; (i) Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi lembaga pendidikan, ruang tempat pelayanan, dan ketersediaan informasi; dan (j) Atribut pendukung pelayanan lainnya seperti prasarana lingkungan lembaga pendidikan. Kebersihan ruang belajar, fasilitas kantin, dan pelayanan kesehatan.

Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi (harapan) pelanggan. Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Jadi kualitas pelayanan merupakan salah satu *driver* yang dapat digunakan

untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan pendapat Irawan dalam Fatmah (2006:19-20) yang menyatakan bahwa salah satu *driver* yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan.

Giese dan Cote dalam Tjiptono, dkk (2008:43) mengemukakan, "Kepuasan Pelanggan merupakan respon (emosional atau kognitif), respon tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumen dan seterusnya), dan respon terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumen, setelah pemilihan produk/jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif, dll)". Sedangkan kepuasan konsumen menurut Oliver dalam Majid (2009: 50) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Dengan demikian, kepuasan konsumen (pelanggan) adalah fungsi seberapa dekat harapan pelanggan atas suatu produk dengan kinerja yang dirasakan pelanggan atas produk tersebut. Jika kinerja produk lebih rendah daripada harapan pelanggan, pelanggan akan kecewa. Pelanggan akan puas jika kinerja produk melebihi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi pula.

Al Qolam harus lebih memperhatikan dimensi kualitas pelayanan jasa yakni *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (kepastian), *empathy* (kepedulian) dan *tangibles* (bentuk fisik) karena kelima dimensi tersebut dapat

memengaruhi kepuasan konsumen sesuai dengan hal yang telah diuraikan pada uraian sebelumnya bahwa setiap kriteria dimensi jasa memiliki sub-indikator yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat meningkatkan dan mempertahankan kredibilitasnya dalam pelayanan jasa dan mampu bersaing dengan lembaga bimbingan belajar lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen pada Siswa Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Bandar Lampung Tahun Akademik 2005/2006” oleh Fatmah pada 2006 dengan kesimpulan besarnya sumbangan masing-masing variabel secara simultan terhadap kepuasan konsumen berpengaruh positif yaitu Empathy sebesar 8,33%, Responsiveness sebesar 8,27%, Reliability sebesar 8,21%, Assurance sebesar 8,17% dan Tangibles sebesar 7,84%. Sehingga total sumbangan yang diberikan kelima variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen sebesar 40,8% sisanya disumbangkan faktor lain. Selain itu, penelitian yang berjudul “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen Bus Antar Kota Antar Provinsi Kelas Bisnis pada Perum Damri Stasiun Bandar Lampung Tahun 2011,” oleh Della Ardyan Tika menyimpulkan bahwa besarnya sumbangan masing-masing variabel secara simultan terhadap kepuasan konsumen berpenga-

ruh positif yaitu Empathy sebesar 2,70%, Responsiveness sebesar 2,06%, Reliability sebesar 2,96%, Assurance sebesar 2,81% dan Tangibles sebesar 2,94%. Sehingga total sumbangan yang diberikan kelima variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen sebesar 13,47% sisanya disumbangkan faktor lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Ada pengaruh *reliability* terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Kampus C Bandar Lampung Tahun Ajaran 2015/2016.
2. Ada pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Kampus C Bandar Lampung Tahun Ajaran 2015/2016.
3. Ada pengaruh *assurance* terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Kampus C Bandar Lampung Tahun Ajaran 2015/2016.
4. Ada pengaruh *empathy* terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Kampus C Bandar Lampung Tahun Ajaran 2015/2016.
5. Ada pengaruh *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Kampus C Bandar Lampung Tahun Ajaran 2015/2016.

6. Ada pengaruh *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Kampus C Bandar Lampung Tahun Ajaran 2015/2016.

siun Bandar Lampung Tahun 2011. Universitas Lampung.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality & Satisfation*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy, dkk. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.

DAFTAR RUJUKAN

Fatmah. 2006. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen pada Siswa Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Bandar Lampung Tahun Akademik 2005/2006. Universitas Lampung.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: P. Prenhalindo.

Majid, Suhartono Abdul. 2009. *Customer Service dalam Bisnis Jasa Tranfortasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Rochaety, Ety, dkk. 2005. *Sistem Informasi Manajemen Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, D. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.

Tika, D.A. 2011. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Bus Antar Kota Antar Provinsi Kelas Bisnis pada Perum Damri Sta-