

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA LEMBAGA PENDIDIKAN
PROFESIONAL (LPP) MASTER KOMPUTER CABANG METRO
TAHUN AKADEMIK 2011/2012**

Ria Resti Bkti Utami, I Komang Winatha, Tedi Rusman
Pendidikan Ekonomi PIPS FKIP Unila
Jl. Sumantri Brojonegoro No.1 Gedung Meneng Bandar Lampung

Abstract: the purpose of this research is to know the factors that affect customers' satisfaction of Branch LPP Master Komputer Metro in academic year 2011/2012 are limited to the tangible variables (physical evidence), empathy (caring), reliability (reliability), responsiveness (quick response), and the assurance (collateral). This research used descriptive verification design with ex post factor and survey approach. The population in this research were all students who attended computer tutorial on Branch of LPP Master Computer Metro in Academic Year 2011/2012 with amount of students' is 95. This study was a study population because the sample used the entire population or a sample saturated. Data collection techniques in this study were observation, interviews, and questionnaires. The hypotheses analyzed used simple linear regression and multiple linear regressions. Based on the analysis of the data obtained the following results:

1. There was influence of tangible for customers' satisfaction of Branch LPP Master Komputer Metro in academic year 2011/2012 were shown by a simple linear regression test results obtained $r^2 = 0.140$.
2. There was influence of empathy (caring) toward customers' satisfaction of Branch LPP Master Komputer Metro in academic year 2011/2012 were shown by a simple linear regression test results obtained $r^2 = 0.117$.
3. There was influence of reliability (reliability) toward customers' satisfaction of Branch LPP Master Komputer Metro in academic year 2011/2012 were shown by a simple linear regression test results obtained $r^2 = 0.126$.
4. There was influence responsiveness (responsiveness) toward customers' satisfaction of Branch LPP Master Komputer Metro in academic year 2011/2012 were shown by a simple linear regression test results obtained $r^2 = 0.260$.
5. There was the influence of assurance (security) toward customers' satisfaction of Branch LPP Master Komputer Metro in academic year 2011/2012 were shown by a simple linear regression test results obtained $r^2 = 0.157$.
6. There were influences quality of service toward customers' satisfaction of Branch LPP Master Komputer Metro in academic year 2011/2012 were shown by the results obtained by multiple linear regression $R^2 = 0.515$.

Keywords: customer satisfaction

Pendahuluan

Banyaknya lembaga pendidikan yang menawarkan produknya memudahkan konsumen dalam memilih lembaga pendidikan yang dirasa paling baik. Mereka harus memberikan pelayanan jasa terbaiknya dan mampu memenuhi harapan konsumen akan jasa pendidikan yang mereka terima. Terciptanya kepuasan konsumen memberikan banyak manfaat kepada lembaga pendidikan dan membentuk suatu rekomendasi dari satu pengguna jasa pendidikan yang satu ke pengguna jasa pendidikan yang lain, dengan begitu dapat menguntungkan lembaga pendidikan.

Tangible (bentuk fisik) adalah bentuk nyata yang terlihat. Bentuk fisik dalam hal ini adalah fasilitas fisik yang diberikan oleh lembaga pendidikan meliputi perlengkapan, sarana belajar dan dosen. Konsumen akan merasa puas jika tempat mereka memperoleh bimbingan belajar bersih, menarik dan nyaman. Media pembelajaran yang lengkap dan modul yang mudah dipahami serta sesuai dengan kurikulum terbaru dapat memberi kemudahan kepada mahasiswa dalam proses belajar. Sarana pendukung lain seperti toilet, sarana beribadah, tempat parkir dan kondisi bangunan yang terawat akan menjadi perhatian konsumen. Penampilan staf pengajar serta keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan juga harus diperhatikan oleh lembaga pendidikan.

Empati merupakan salah satu hal penting dalam pelayanan jasa bagi lembaga pendidikan untuk memberikan kesan simpatik kepada konsumen dan mengenal setiap konsumennya. Pelayanan yang empati dapat menciptakan kepuasan konsumen memerlukan dukungan dari setiap karyawan dalam memahami kebutuhan spesifik setiap konsumen. Hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan merupakan salah satu bentuk pelayanan empati. Simpati yang diberikan penyedia jasa pendidikan terhadap konsumen akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen.

Responsiveness (ketanggapan) merupakan bentuk pelayanan yang dibutuhkan konsumen (dalam hal ini mahasiswa). Penyedia jasa pendidikan yang tanggap terhadap kebutuhan mahasiswa memberikan kepuasan bagi mahasiswa atas layanan yang mereka terima selama belajar. Dosen yang tanggap dan interaktif sangat memungkinkan untuk mengetahui kesulitan atau kelemahan mahasiswa dalam menguasai materi. Prosedur administrasi yang sederhana memudahkan mahasiswa dalam hubungannya dengan lembaga pendidikan. Kepuasan konsumen akan meningkat jika pelayanannya cepat tanggap.

Assurance atau jaminan adalah salah satu hal penting yang menjadi faktor penilaian konsumen dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen. Staf administrasi harus benar – benar berkompeten dibidangnya. Begitu pula dengan staf pengajar atau dosen harus benar – benar berkompeten dan bertanggung jawab dibidangnya sehingga menimbulkan penilaian yang baik dimata masyarakat. Reputasi yang baik akan memberikan dampak yang positif bagi lembaga pendidikan.

Reliability (kehandalan) menandakan kinerja lembaga pendidikan yang baik. Kehandalan pelayanan dalam hal mata ajar yang sesuai dengan kebutuhan jam belajar yang tepat, proses belajar yang akurat dan semua aktifitas yang memperlancar proses pembelajaran mahasiswa adalah bentuk pelayanan yang diharapkan konsumen. Kinerja yang baik sehingga mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen merupakan salah satu hal pelayanan handal yang diberikan lembaga pendidikan guna meningkatkan kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan jasa merupakan salah satu faktor penting yang wajib diperhatikan oleh lembaga pendidikan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memilih jasa pendidikan yang menjadi kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas jika hasil yang mereka terima sesuai dengan harapan. Mahasiswa sebagai pengguna langsung jasa pelayanan akan merasa puas apabila ia merasa ada peningkatan pengetahuan atau keterampilan yang diraihinya daripada teman lain yang berbeda perguruan. Jika konsumen merasa puas maka dengan sendirinya konsumen pada penyedia jasa pendidikan tersebut akan bertambah.

Berdasarkan observasi yang di lakukan di LPP Master Komputer cabang Metro, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan jasa yang ada di LPP Master Komputer Cabang Metro belum memuaskan. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan jumlah mahasiswa yang mengikuti bimbingan belajar pada LPP Master Komputer Cabang Metro dalam semua bidang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Mahasiswa Program Keahlian Komputer 1 Tahun LPP Master Komputer Cabang Metro Tahun Akademik 2011-2012

Program Keahlian Komputer 1 Tahun	Tahun Akademik	Presentasi Perkembangan
Program Desain Grafis	2009 – 2010	48
	2010 - 2011	56
	2011 – 2012	52
Programming dan Web	2009 – 2010	46
	2010 - 2011	49
	2011 – 2012	43

Sumber : Bagian Administrasi LPP Master Komputer Cabang Metro 2011

Berdasarkan Tabel 1 diatas jumlah peserta bimbingan belajar pada LPP Master Komputer Cabang Metro mengalami fluktuasi. Hal ini dapat menunjukkan bahwa kepuasan konsumen di tempat tersebut belum maksimal.

Lupiyoadi (2001) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Produk yang terbukti berkualitas akan menyebabkan kepuasan konsumen. Produk dikatakan berkualitas ketika telah menjalankan fungsinya dengan baik dan jika harapan-harapan konsumen terhadap produk telah terpenuhi. (<http://percacollection.blogspot.com/>)

Berdasarkan observasi yang dilakukan bahwa lokasi LPP Master Komputer cabang Metro kurang strategis. Sehingga sulit bagi para mahasiswa yang tidak memiliki kendaraan untuk berangkat ke lokasi yang menyebabkan mahasiswa sering terlambat. Angkutan umum yang jarang melintasi di sekitar lokasi juga menjadi hambatan bagi konsumen yang tinggal jauh dari tempat lembaga pendidikan.

Fasilitas berupa komputer masih belum terpenuhi dilihat dari jumlah komputer yang tersedia. Sehingga terjadi pemakaian secara bergantian yang dapat menyebabkan tidak efisien dalam penggunaan waktu belajar dan dapat menyebabkan konsentrasi mahasiswa jadi menurun. Peralatan untuk melakukan praktikum (merakit) juga belum terpenuhi secara optimal, sedangkan praktikum merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan keterampilan mahasiswa dalam merakit komputer. LCD proyektor yang tidak tersedia membuat pengajar sulit untuk menerangkan materi secara optimal. Belum tersedianya WIFI Area sebagai bentuk pelayanan fasilitas.

Fasilitas yang diberikan oleh LPP Master Komputer cabang Metro sebagai berikut:

- Pengajar profesional,
- Ruangan full AC,
- Komputer Intel core,
- Akses internet gratis,
- Modul, T-shirt;
- Asuransi kecelakaan 1 th,
- Jas almamater, dan
- Sertifikat.

Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui pengaruh unsur dimensi kualitas pelayanan jasa *tangible* terhadap kepuasan konsumen pada LPP Master Komputer Cabang Metro, (2) mengetahui pengaruh unsur dimensi kualitas pelayanan jasa *emphaty* terhadap kepuasan konsumen pada LPP Master Komputer Cabang Metro, (3) mengetahui pengaruh unsur dimensi kualitas pelayanan jasa *reliability* terhadap kepuasan konsumen pada LPP Master Komputer Cabang Metro, (4) mengetahui pengaruh unsur dimensi kualitas pelayanan jasa *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen pada LPP Master Komputer Cabang Metro, (5) mengetahui pengaruh unsur dimensi kualitas pelayanan jasa *assurance* terhadap kepuasan konsumen pada LPP Master Komputer Cabang Metro, (6) mengetahui pengaruh unsur dimensi kualitas pelayanan jasa *tangible, emphaty, reliability, responsiveness, dan assurance* terhadap kepuasan konsumen pada LPP Master Komputer Cabang Metro.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif atau sebab akibat dengan pendekatan *survey* dan *ex post facto*. Penelitian Verifikatif diartikan sebagai penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel

atau lebih. Penelitian dengan pendekatan *ex post facto* merupakan penelitian yang meneliti peristiwa yang telah terjadi dengan merunut ke belakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut. (Kerlinger dalam Sugiyono, 2010:7).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang pada LPP Master Komputer Cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012 yang berjumlah 95 orang. Adapun rincian subpopulasi per-kelas dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini :

Tabel 2. Populasi mahasiswa Ajaran pada LPP Master Komputer Cabang Metro Program Keahlian 1 Tahun pada Tahun 2011/2012.

No.	Kelas	Jumlah
1.	Program Desain Grafis	52
2.	Programming dan Web	43
Jumlah		95

Sumber: Bagian Administrasi LPP Master Komputer Cabang Metro

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:130), Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi atau studi sensus.

Berdasarkan definisi di atas, maka dalam penelitian ini yang digunakan sebagai sampel adalah seluruh mahasiswa LPP Master Komputer yang mengikuti Program Keahlian 1 Tahun yang berjumlah 95 mahasiswa atau disebut dengan sampel total (sensus).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan angket. Pengujian hipotesis dianalisis dengan menggunakan regresi linier sederhana dan regresi linier multipel. Dengan persamaan regresi, sebagai berikut.

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Hasil dan Pembahasan

1. Hipotesis Pertama

H_0 : Tidak ada pengaruh *Tangible* terhadap Kepuasan Konsumen pada LPP Master Komputer Cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012

H_1 : Ada pengaruh *Tangible* terhadap Kepuasan Konsumen pada LPP Master Komputer Cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012

Berdasarkan perhitungan koefisien regresi didapat persamaan regresi.

$$\hat{Y} = 25,530 + 0,434 X_1$$

1. Konstanta sebesar 25,530 menyatakan bahwa jika X_1 sama dengan 0, maka Y sebesar 25,530.

2. Koefisien regresi X_1 sebesar 0,434 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan dimensi kualitas jasa berupa tangible, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,434.

Berdasarkan hasil analisis data di atas, dapat diketahui bahwa adanya pengaruh *tangible* terhadap kepuasan konsumen pada LPP Master Komputer cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012.

Penelitian yang sama pun dilakukan oleh Yesi Budiarti pada tahun 2007 dari Universitas Lampung dengan judul Pengaruh Kualitas Jasa Pendidikan Terhadap kepuasan konsumen pada Perguruan Tinggi AMIK Dian Cipta Cendikia (DCC) Lampung Kampus Pringsewu Kabupaten Tanggamus Tahun 2007, menyatakan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan jasa berupa tangible(bukti fisik) terhadap kepuasan konsumen pada Perguruan Tinggi AMIK Dian Cipta Cendikia (DCC) Lampung Kampus Pringsewu Kabupaten Tanggamus Tahun 2007 yang dibuktikan dari hasil perhitungan uji F yang menunjukkan F hitung $>F$ tabel atau $3,943 > 2,293$.

Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Handi Irawan dalam Della (2011:129), tangible yang baik akan mempengaruhi persepsi konsumen, pada saat yang bersamaan aspek tangible ini juga merupakan salah satu sumber yang memengaruhi harapan konsumen, aspek tangible yang baik dapat memberikan persepsi bahwa perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa *tangible* dalam lembaga pendidikan sangat diperlukan untuk memberikan kesan pertama bagi pelanggan yang akan terus diingat sehingga hal tersebut mampu memengaruhi harapan konsumen. Jika *tangible* terlihat baik, seperti; tata ruang yang rapi dan bersih, *frontliner* sebagai pencermin lembaga pendidikan berpenampilan menarik, suasana yang nyaman dan aman, fasilitas lembaga memadai dan modern, dan sebagainya, maka akan memberikan kesan dibenak konsumen bahwa lembaga pendidikan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Sebaliknya, jika *tangible* suatu lembaga pendidikan terlihat berpenampilan buruk atau tidak menarik konsumen, maka akan memberikan kesan dibenak konsumen bahwa lembaga pendidikan tidak mampu untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dan akan memengaruhi citra yang tidak baik pula di masyarakat.

2. Hipotesis Kedua

H_0 : Tidak ada pengaruh *Emphaty* terhadap Kepuasan Konsumen pada LPP Master Komputer Cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012

H_1 : Ada pengaruh pengaruh *Emphaty* terhadap Kepuasan Konsumen pada LPP Master Komputer Cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012

Berdasarkan perhitungan koefisien regresi didapat persamaan regresi.

$$\hat{Y} = 24,911 + 0,515 X_2.$$

1. Konstanta sebesar 24,911 menyatakan bahwa jika X_2 sama dengan 0, maka Y sebesar 24,911.
2. Koefisien regresi X_2 sebesar 0,515 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan dimensi kualitas jasa berupa *emphaty*, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,515.

Berdasarkan hasil analisis data di atas, dapat diketahui bahwa adanya pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan konsumen pada LPP Master Komputer cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012.

Penelitian yang sama pun dilakukan oleh Woro Eka Despriyanti pada tahun 2008 dari Universitas Lampung dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Siswa Lembaga Pendidikan Primagama cabang Kedaton Bandar Lampung Tahun Akademik 2007/2008, menyatakan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan jasa berupa *emphaty* (kepedulian) terhadap kepuasan konsumen pada Siswa Lembaga Pendidikan Primagama cabang Kedaton Bandar Lampung Tahun Akademik 2007/2008 yang dibuktikan dari hasil perhitungan uji F yang menunjukkan F hitung $> F$ tabel atau $45,703 > 2,135$.

Kesan pertama pelanggan dengan *frontliner* melekat kuat dibenak pelanggan dan terus dibawa pergi. Kesan pertama pelanggan terhadap *frontliner* memengaruhi kepuasannya. Demikian pula kesan pertama pelanggan dengan fasilitas yang disediakan dan disajikan oleh perusahaan jasa akan sangat berpengaruh terhadap citra keseluruhan. Yuliana Agung (2001:36). Dengan begitu *emphaty* sebuah lembaga pendidikan tersebut harus dilaksanakan dengan baik dan semaksimal mungkin mampu memengaruhi kepuasan konsumen.

Implikasi dari penelitian ini adalah jika kepedulian yang dilakukan oleh seluruh karyawan maupun dosen dilakukan dengan baik, seperti; sikap *frontliner* yang ramah, dosen yang bersahabat dan peduli dengan mahasiswa, pelayanan yang diberikan tanpa memandang status social, dan sebagainya, maka akan memberikan rasa nyaman kepada konsumen dalam berkomunikasi. Sebaliknya, jika kepedulian yang dilakukan oleh seluruh karyawan maupun dosen dilakukan dengan tidak baik, maka akan memberikan rasa tidak nyaman oleh konsumen dalam berkomunikasi. Semakin baik *attitude* dan perilaku pelayanan mencerminkan bahwa lembaga pendidikan akan berusaha memberikan layanan yang prima.

3. Hipotesis Ketiga

H_0 : Tidak ada pengaruh *Reliability* terhadap Kepuasan Konsumen pada LPP Master Komputer Cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012

H_1 : Ada pengaruh *Reliability* terhadap Kepuasan Konsumen pada LPP Master Komputer Cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012

Berdasarkan perhitungan koefisien regresi didapat persamaan regresi.

$$\hat{Y} = 25,419 + 0,501 X_3$$

1. Konstanta $a = 25,419$ dan koefisien $b = 0,501$ sehingga persamaan regresinya menjadi $\hat{Y} = 25,419 + 0,501 X_3$. Konstanta sebesar 25,419 menyatakan bahwa jika X_3 sama dengan 0, maka Y sebesar 25,419.
2. Koefisien regresi X_3 sebesar 0,501 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan dimensi kualitas jasa berupa *reliability*, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,501.

Berdasarkan hasil analisis data di atas, dapat diketahui bahwa adanya pengaruh *reliability* terhadap kepuasan konsumen pada LPP Master Komputer cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012.

Penelitian yang sama pun dilakukan oleh Hepy Novadila pada tahun 2006 dari Universitas Lampung dengan judul Analisis Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Kualitas Jasa Pendidikan Pada Lembaga Pendidikan Primagama Cabang Pahoman Bandar Lampung tahun 2005/2006, menyatakan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan jasa berupa *reliability* (keandalan) terhadap kepuasan konsumen pada Siswa Lembaga Pendidikan Primagama cabang Pahoman Bandar Lampung Tahun Akademik 2005/2006 yang dibuktikan dari hasil perhitungan uji F yang menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $60,911 > 2,135$, atau (R^2) sebesar 0,757.

Parasuraman (1990) dalam Dermawan Wibisono (2006:96) menemukan beberapa perbedaan prioritas kualitas layanan yang diharapkan pelanggan dari berbagai jenis usaha yang berbeda. Aspek keandalan (*reliability*) merupakan hal pertama yang menjadi prioritas pelanggan, dibandingkan dengan variabel kinerja lain. Justru hal-hal yang dapat dilihat secara kasat mata (*tangible*), tidak terlalu penting untuk dikelola.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa *reliability* berhubungan dengan penempatan kerja karyawan yang harus sesuai dengan kelulusan, kejurusan, dan kemampuan yang dimiliki. Jika penempatan karyawan tidak sesuai dengan kemampuan yang dimiliki, maka akan menimbulkan hasil kerja yang tidak sesuai dengan harapan konsumen. Oleh karena itu, *reliability* dalam lembaga pendidikan harus dapat ditingkatkan lebih baik agar konsumen percaya bahwa lembaga pendidikan memiliki kemampuan, potensi, dan pengetahuan sehingga mampu memberikan pelayanan terbaik.

4. Hipotesis Keempat

H_0 : Tidak ada pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan Konsumen pada LPP Master Komputer Cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012

H_1 : Ada pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan Konsumen pada LPP Master Komputer Cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012

Berdasarkan perhitungan koefisien regresi didapat persamaan regresi.

$$\hat{Y} = 21,231 + 0,675 X_4$$

1. Konstanta sebesar 21,231 menyatakan bahwa jika X_4 sama dengan 0, maka Y sebesar 21,231.

2. Koefisien regresi X_4 sebesar 0,675 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan dimensi kualitas jasa berupa *responsiveness*, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,675.

Berdasarkan hasil analisis data di atas, dapat diketahui bahwa adanya pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen pada LPP Master Komputer cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012.

Penelitian yang sama pun dilakukan oleh Yesi Budiarti pada tahun 2007 dari Universitas Lampung dengan judul Pengaruh Kualitas Jasa Pendidikan Terhadap kepuasan konsumen pada Perguruan Tinggi AMIK Dian Cipta Cendikia (DCC) Lampung Kampus Pringsewu Kabupaten Tanggamus Tahun 2007, menyatakan bahwa ada pengaruh dimensi kualitas pelayanan jasa berupa *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen pada Perguruan Tinggi AMIK Dian Cipta Cendikia (DCC) Lampung Kampus Pringsewu Kabupaten Tanggamus Tahun 2007 dari hasil perhitungan uji $r = 0,327$ dan $r^2 = 0,107$ dengan $F_{hitung} 3,943 > F_{tabel} 2,293$.

Menurut Emy Trimahanani, agar layanan dapat memuaskan pelanggan baik pribadi maupun kelompok (institusi) maka selain kualitas produk atau jasa yang dihasilkan, juga harus memenuhi 4 persyaratan pokok :

- tingkah laku yang sopan dari semua pihak yang berhubungan langsung dengan pelanggan termasuk keramahtamahan
- cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan.
- ketepatan waktu penyampaian
- faktor pendukung lainnya seperti peraturan yang menjadi landasan kerja pelayanan, sistem yang memungkinkan berjalannya mekanisme kegiatan pelayanan, keterampilan petugas, dan faktor sarana dalam pelaksanaan tugas pelayanan.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa semakin baik *responsiveness* dari karyawan maupun dosen/tentor, maka akan semakin baik pula persepsi konsumen terhadap lembaga pendidikan, dan sebaliknya, *responsiveness* dari karyawan maupun dosen/tentor yang kurang baik dapat mengecewakan pelanggan. Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus memiliki kemauan yang tinggi untuk membantu dan melayani konsumen dengan benar dan cepat tanggap terhadap kesulitan yang dihadapi konsumen.

5. Hipotesis Kelima

H_0 : Tidak ada pengaruh *Assurance* terhadap Kepuasan Konsumen pada LPP Master Komputer Cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012

H_1 : Ada pengaruh *Assurance* terhadap Kepuasan Konsumen pada LPP Master Komputer Cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012

Berdasarkan perhitungan koefisien regresi didapat persamaan regresi.

$$\hat{Y} = 22,950 + 0,633 X_5$$

1. Konstanta sebesar 22,950 menyatakan bahwa jika X_5 sama dengan 0, maka Y sebesar 22,950.

2. Koefisien regresi X_5 sebesar 0,633 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan dimensi kualitas jasa berupa assurance(jaminan), maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,633.

Berdasarkan hasil analisis data di atas, dapat diketahui bahwa adanya pengaruh *assurance* terhadap kepuasan konsumen pada LPP Master Komputer cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012.

Penelitian yang sama pun dilakukan oleh Nurhayati pada tahun 2011 dari Universitas Lampung dengan judul Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Mitra Beasiswa Berencana pada AJB Bumi Putera 1912 cabang Pringsewu Unit Kerja Pringsewu Tahun 2011, menyatakan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan jasa berupa assurance(jaminan) terhadap kepuasan konsumen pada AJB Bumi Putera 1912 cabang Pringsewu Unit Kerja Pringsewu Tahun 2011 yang dibuktikan dari hasil perhitungan uji t terhadap dimensi *assurance*(jaminan) yaitu $t_{hit} 8,056 > t_{tabel} 1,990$ dengan hasil uji F yang menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $45,703 > 2,135$.

Menurut Handi Irawan dalam Nurhayati (2011:99) dimensi kualitas jasa yang menentukan kepuasan konsumen adalah assurance(kepastian/jaminan), yaitu dimensi yang berhubungan dengan kemampuan *frontline staff* dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada konsumennya.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa dimensi *assurance* dalam lembaga pendidikan sama halnya dengan dimensi *tangible* yaitu berhubungan langsung dengan pelanggan, dalam hal ini penampilan dan kemampuan *frontliner* merupakan kesan pertama bagi konsumen terhadap lembaga pendidikan. Keamanan lingkungan yang terjamin, mampu memberikan kenyamanan dan kepercayaan konsumen terhadap lembaga pendidikan. Sehingga, jika penampilan dan kemampuan *frontliner* baik, keamanan dan kenyamanan belajar terjamin, maka akan memberikan rasa percaya dan keyakinan pada konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan, dan sebaliknya. Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus mampu memberikan jaminan kepada konsumen tentang keamanan maupun kenyamanan di dalam lembaga pendidikan.

6. Hipotesis Keenam

H_0 : Tidak ada pengaruh Assurance terhadap Kepuasan Konsumen pada LPP Master Komputer Cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012

H_1 : Ada pengaruh Assurance terhadap Kepuasan Konsumen pada LPP Master Komputer Cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012

Berdasarkan perhitungan koefisien regresi didapat persamaan regresi.

$$\hat{Y} = 1,425 + 0,242 X_1 + 0,319 X_2 + 0,257 X_3 + 0,486 X_4 + 0,453 X_5$$

1. Konstanta a sebesar 1,425 menyatakan bahwa jika tidak ada skor *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* ($X=0$), maka kepuasan konsumen sebesar 1,425.

2. Koefisien regresi (b_1) untuk X_1 sebesar 0,242 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan X_1 akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,242 dan variabel independen lainnya tetap dikontrol.
3. Koefisien regresi (b_2) untuk X_2 sebesar 0,319 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan X_2 akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,319 dan variabel independen lainnya tetap dikontrol.
4. Koefisien regresi (b_3) untuk X_3 sebesar 0,257 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan X_3 akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,257 dan variabel independen lainnya tetap dikontrol.
5. Koefisien regresi (b_4) untuk X_4 sebesar 0,486 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan X_4 akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,486 dan variabel independen lainnya tetap dikontrol.
6. Koefisien regresi (b_5) untuk X_5 sebesar 0,453 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan X_5 akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,453 dan variabel independen lainnya tetap dikontrol.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditetapkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada LPP Master Komputer cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012. Kualitas jasa dan kepuasan konsumen memiliki kaitan yang sangat erat. Kepuasan konsumen sangat bergantung pada kualitas pelayanan suatu jasa. Kepuasan konsumen bersifat subjektif karena hanya konsumen saja yang mampu menentukan kepuasan yang dirasakan terhadap pelayanan yang diterimanya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kelima subvariabel penelitian, responsiveness memiliki pengaruh yang lebih besar dibanding variabel penelitian yang lain dengan tingkat pengaruh sebesar 26%. Kemudian faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja selanjutnya adalah *assurance*, *emphaty*, *reliability*, dan *tangible*. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil uji regresi multipel dengan hasil sebagai berikut :

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.425	3.491		.408	.684
Tangible (X1)	.242	.089	.208	2.726	.008
Emphaty (X2)	.319	.114	.212	2.796	.006
Reliability (X3)	.257	.108	.182	2.371	.020
Responsiveness (X4)	.486	.102	.368	4.775	.000
Assurance (X5)	.453	.121	.284	3.745	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Selanjutnya kita dapat melihat susunan dari subvariabel yang memiliki pengaruh lebih besar hingga pengaruh yang mengikutinya (1) Responsiveness (X_4) = 0.486; (2) Assurance (X_5) = 0.453; (3) Emphaty (X_2) = 0.319; (4) Reliability (X_3) = 0.257; (5) Tangible (X_1) = 0.242.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya oleh Yesi Budiarti bahwa Responsiveness memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen, lalu diikuti oleh variabel yang lain. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Woro Eka Despriyanti bahwa *emphaty* memiliki hasil pengaruh lebih besar terhadap kepuasan konsumen daripada variabel yang lain.

Hal ini memiliki perbedaan dengan pendapat Parasuraman(1990) dalam Dermawan Wibisono (2006:96) menemukan beberapa perbedaan prioritas kualitas layanan yang diharapkan pelanggan dari berbagai jenis usaha yang berbeda. Aspek keandalan (*reliability*) merupakan hal pertama yang menjadi prioritas pelanggan, dibandingkan dengan variabel kinerja lain. Justru hal-hal yang dapat dilihat secara kasat mata (*tangible*), tidak terlalu penting untuk dikelola.

Perbedaan pendapat dari hasil penelitian tidaklah menjadi masalah, yang perlu diperhatikan adalah bahwa untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan jasa baik secara *tangible* maupun secara kasat mata seperti *emphaty*, *responsiveness*, *relaiabiity*, dan *assurance*. Hal ini sesuai dengan pendapat Ety Rochaety (2006:102), jasa pendidikan merupakan jasa yang bersifat kompleks karena bersifat padat karya dan padat modal. Artinya dibutuhkan banyak tenaga kerja yang memiliki skill khusus dalam bidang pendidikan dan padat modal karena membutuhkan infrastruktur (peralatan) yang lengkap dan cukup mahal. Oleh karena itu, suatu lembaga pendidikan hendaknya memperhatikan kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen. Sehingga lembaga pendidikan harus memperhatikan kualitas pelayanan jasa yang diberikan lembaga pendidikan. Semakin baik kualitas pelayanan jasa lembaga pendidikan akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Oleh sebab itu, untuk meningkatkan kepuasan konsumen ada beberapa faktor diantaranya adalah harus dapat memperbaiki kualitas pelayanan jasa yang dilakukan oleh lembaga pendidikan. Misalnya : (1) Memperbaiki bentuk fisik yang rusak, melengkapi sarana dan prasarana perkuliahan, penampilan dan kemampuan *frontliner* yang baik sebagai kesan pertama dan citra lembaga pendidikan oleh konsumen; (2) Meningkatkan kepedulian terhadap mahasiswa bagi para staf, karyawan, terlebih tentor/dosen yang berhubungan langsung dengan konsumen saat belajar; (4) Meningkatkan kemampuan, potensi, dan pengetahuan sehingga mampu memberikan pelayanan terbaik; (5) Meningkatkan sikap cepat tanggap dalam melayani konsumen agar lebih baik lagi, (6) Memiliki jaminan bahwa konsumen dapat merasa nyaman dan aman untuk belajar dan memilih lembaga pendidikan LPP Master Komputer.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka dapat diperoleh kesimpulan : (1) Ada pengaruh *tangible* terhadap kepuasan konsumen pada LPP Master Komputer cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012, (2) Ada pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan konsumen pada LPP Master Komputer cabang Metro

Tahun Akademik 2011/2012, (3) Ada pengaruh *reliability* terhadap kepuasan konsumen pada LPP Master Komputer cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012, (4) Ada pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen pada LPP Master Komputer cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012, (5) Ada pengaruh *assurance* terhadap kepuasan konsumen pada LPP Master Komputer cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012, (6) Ada pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada LPP Master Komputer cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan jasa signifikan terhadap kepuasan konsumen pada LPP Master Komputer cabang Metro Tahun Akademik 2011/2012, maka peneliti menyarankan : (1) *Tangible* sebaiknya diperhatikan baik dilihat dari sisi kerapihan, kelengkapan, dan kelayakan bukti fisik lembaga pendidikan agar konsumen dapat belajar dengan fokus dan nyaman, (2) *Emphatyyang* nyaman dan kondusif merupakan fasilitas yang seharusnya dapat diberikan perusahaan kepada karyawan sebagai sarana pendukung dalam melakukan aktivitas kerja, (3) *Reliability* hal ini harus diperhatikan agar mahasiswa tidak kecewa terhadap apa yang telah mereka pilih, yaitu untuk belajar/kursus di LPP Master Komputer. Ketepatan jadwal mengajar, kesesuaian kurikulum dan kesesuaian antara iklan atau pamflet yang disebarakan dengan kondisi lembaga sesungguhnya, (4) Karyawan sebaiknya memberikan pelayanan yang cepat, jelas, dan tepat agar konsumen tidak salah paham terhadap informasi yang disampaikan. Dosen/tentor sebaiknya memiliki waktu lebih untuk mengadakan konsultasi belajar mahasiswa yang mengalami kesulitan belajar, (5) Lembaga sebaiknya memberikan jaminan tentang keamanan maupun yang lain agar konsumen mempercayai bahwa lembaga tersebut lebih baik dari lembaga lain, (6) Sebaiknya memperhatikan tentang kelima dimensi kualitas pelayanan agar dapat menjadi pedoman dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Daftar Pustaka

Agung, Yuliana. 2001. *Yes, I Can. Handbook for Service Excellence.*

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.

Budiarti, Yesi. 2007. *Pengaruh Kualitas Jasa Pendidikan Terhadap kepuasan konsumen pada Perguruan Tinggi AMIK Dian Cipta Cendikia (DCC) Lampung Kampus Pringsewu Kabupaten Tanggamus Tahun 2007.* FKIP Universitas Lampung. Skripsi. Lampung.

Despriyanti, Woro Eka. 2008. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Siswa Lembaga Pendidikan Primagama cabang Kedaton Bandar Lampung Tahun Akademik 2007/2008.* FKIP Universitas Lampung. Skripsi. Lampung.

- Lupioadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta.
- Novadila, Hepy. 2006. Analisis Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan pada Lembaga Pendidikan Primagama cabang Pahoman Bandar Lampung Tahun Akademik 2005/2006. FKIP Universitas Lampung. Skripsi. Lampung.
- Nurhayati. 2011. Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Mitra Beasiswa Berencana pada AJB Bumi Putera 1912 cabang Pringsewu Unit Kerja Pringsewu Tahun 2011. FKIP Universitas Lampung. Skripsi. Lampung.
- Rochaety, Ety dkk. 2005. Sistem Informasi Manajemen Pendidikan. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Tika, Della Ardyan. 2011. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Bus Antar Kota Antar Provinsi Kelas Bisnis pada Perum Damri Stasiun Bandar Lampung Tahun 2011. FKIP Universitas Lampung. Skripsi. Lampung.
- Sugiyono. 2011. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2001. Total Quality Management. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Wibisono, Dermawan. 2006. Manajemen Kinerja Konsep, Desain, dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. Erlangga.
- , 2011. Format Penulisan Karya Ilmiah Universitas Lampung. Universitas Lampung. Bandar Lampung.