

ANALISIS KEPUASAN PESERTA KURSUS KECANTIKAN DI JOHNNY ANDREAN SCHOOL & TRAINING MAL SKA PEKANBARU

Dina Maharani

Fakultas Ekonomi Universitas Riau

ABSTRACT

Study was conducted in Johnny Andrean School and Training in MALL SKA Pekanbaru. The study objective is to analyze the impact of service quality which consist of tangibles, empathy, responsiveness, reliability, and assurance to the costumer satisfaction simultaneously and partially. Sampling technique conducted in census of 75 students course.

The result of study conclude that simultaneously variable tangible, empathy, responsiveness, reliability, and assurance were highly significant in enhancing the satisfaction of course participants. Partially, tangibles empathy, responsiveness and reliability have a positive and significant impact on satisfaction of course participants where the dominant factor arises from the variable tangible. While variable assurance despite positive but not significant in influencing the course participant.

The recommendation givEn to the management is to increase the number of trainer who felt still less, improve training schedule in order to avoid overlapping, press the discriminatory behavior to students, and improve method of handling complaints better than this.

Key Word: Service Quality and Customer Satisfactory

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Dengan semakin besarnya peluang yang dimiliki oleh kaum wanita untuk memiliki aktifitas yang lebih luas di masyarakat, maka kebutuhan akan layanan perawatan kecantikan pun semakin tumbuh subur. Kesibukan wanita saat ini menjadikan waktu dan tenaga untuk merawat diri semakin sempit. Tidak hanya wanita, saat ini telah muncul pula istilah pria metroseksual, yaitu pria-pria yang mulai

menyadari pentingnya arti perawatan kesehatan. Sehingga saat ini menjadi sangat biasa bagi kita melihat begitu banyak pria juga pergi memanjakan diri ke salon, spa, *massage*, dan klinik-klinik perawatan.

Perkembangan jumlah tempat-tempat perawatan kecantikan pada akhirnya menimbulkan sebuah peluang bisnis turunan yang memiliki keterkaitan erat, yaitu munculnya sekolah-sekolah yang menjual layanan jasa pendidikan perawatan kecantikan. Salah satunya adalah sekolah perawatan kecantikan Johnny Andrean yang berlokasi lantai 2, Mal SKA Pekanbaru. Sekolah yang dimiliki oleh maestro kecantikan Indonesia, Johnny Andrean, menambah panjang daftar sekolah-sekolah kecantikan lainnya yang telah ada di kota Pekanbaru, baik yang dijalankan secara kecil-kecilan di rumah maupun yang telah menempuh sistem pembelian *franchise* ternama, seperti yang terjadi pada *Johnny Andrean School & Training* Pekanbaru (JAST).

Namun demikian, terkadang terjadi kesenjangan antara harapan yang dimiliki oleh peserta kursus dengan kenyataan yang dihadapinya. Hal ini pada sebagian peserta kursus menimbulkan gejala ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan yang disampaikan oleh sekolah Johnny Andrean. Sehubungan dengan itu, penulis melakukan sebuah pra riset terhadap 20 orang siswa kursus JAST di Pekanbaru, untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan yang mereka rasakan selama menjadi peserta kursus sebagaimana tabel berikut ini:

Tabel 1: Hasil Pra Riset Pengukuran Nilai Pelanggan Peserta Kursus Di Johnny Andrean School & Training Pekanbaru

No	Pertanyaan	Jawaban			Total
		Sudah	Ragu-ragu	Belum	
1	Apakah anda berpendapat bahwa Johnny Andrean telah memberikan kualitas layanan yang terbaik untuk siswanya?	9	6	5	20
2	Apakah anda sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan selama menjadi siswa di Johnny Andrean?	10	5	5	20

Sumber: Pra riset 6 Mei 2012

Dari hasil pra riset tersebut, secara mayoritas memang terlihat bahwa kebanyakan responden sudah merasakan puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, namun pada kenyataannya masih lebih banyak responden yang menjawab pada tingkatan 'Ragu-ragu' dan 'Belum'. Artinya, secara umum, masih ditemukan adanya masalah pada kualitas pelayanan sehingga banyak siswa yang

belum merasakan kepuasan maksimal selama menjadi peserta kursus di Johnny Andrean. Misalnya saja, seringkali *trainer* yang ditugaskan untuk memberikan materi praktek adalah dari beberapa siswa senior, padahal kepada siswa baru dijanjikan *trainer* profesional yang didatangkan dari pusat (Jakarta) atau dari cabang salon yang memiliki jumlah pelanggan besar, seperti dari Medan dan Surabaya.

Sehubungan dengan itu, penulis merasa penting untuk dilakukan pengukuran kualitas pelayanan jasa kursus kecantikan di Johnny Andrean dalam rangka meningkatkan tingkat kepuasan para peserta kursus agar lembaga pendidikan non formal ini dapat terus berkesinambungan menghasilkan tenaga-tenaga ahli di bidang perawatan kecantikan. Pengukuran kualitas pelayanan jasa secara komprehensif dapat dilakukan dengan menggunakan model TERRA yang terdiri dari *tangibles*, *emphaty*, *responsiveness*, *reliability* dan *assurance* (Tjiptono, 2008:26). Oleh karena itu penulis memberi judul penelitian sebagai berikut: “Analisis Kepuasan Peserta Kursus Kecantikan di Johnny Andrean *School & Training* Mal SKA Pekanbaru”

Perumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *tangibles*, *emphaty*, *responsiveness*, *reliability* dan *assurance* berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan peserta kursus di Johnny Andrean *School & Training* Pekanbaru?
2. Dimensi apa yang paling dominan mempengaruhi kepuasan peserta kursus di Johnny Andrean *School & Training* Pekanbaru

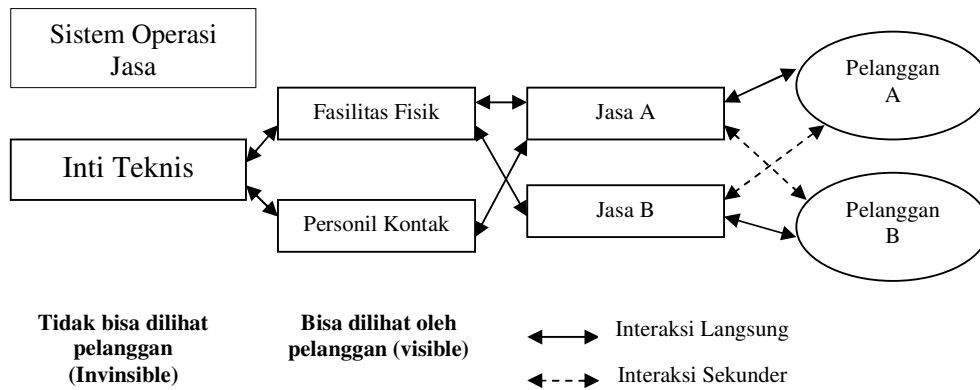
Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *tangibles*, *emphaty*, *responsiveness*, *reliability* dan *assurance* secara simultan dan parsial terhadap kepuasan peserta kursus di Johnny Andrean *School & Training* Pekanbaru.
2. Mengetahui dimensi yang paling dominan mempengaruhi kepuasan peserta kursus di Johnny Andrean *School & Training* Pekanbaru.

Telaah pustaka

Lovelock, Patterson dan Walker (2004:12) mengemukakan jasa sebagai sebuah sistem. Dalam sudut pandang ini, setiap bisnis jasa dipandang sebagai sistem yang terdiri dari dua komponen utama, seperti gambar berikut ini:



Sumber : Lovelock, Patterson, dan Walker (2004:12)

Gambar 1 : Jasa Sebagai sebuah sistem

Jasa pada dasarnya berbeda dengan produk fisik berupa barang. Yang membedakan pemasaran jasa dengan barang adalah empat karakteristik khusus, yaitu (Kotler & Keller, 2007:45) *Intangible, Inseparability, Variability, Perishability*

Pengaplikasian dari pelayanan jasa sangat besar pengaruhnya dalam persaingan usaha di bidang apapun, sehingga hal ini menuntut keterampilan dan penangganan yang khusus serta profesional (Sumarni, 2000:250). Ada beberapa bentuk pelayanan jasa yang dapat diberikan dalam memasarkan suatu produk ke dalam pasar, antara lain (Assauri, 2001:194) :

- a) Pelayanan jasa dari segi fisik
- b) Pelayanan jasa dari segi *personal*,
- c) Pelayanan jasa dari segi proses

Sementara itu, Keegan (2002:377) menyatakan bahwa sektor bidang jasa terdiri atas dua macam pelayanan, yaitu *Produk Jasa, Fasilitas Jasa*

Peningkatan mutu pelayanan jasa terhadap konsumen merupakan hal yang sangat penting dan perlu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Pada dasarnya konsumen mempunyai empat kebutuhan dasar yaitu (Martin, 2001:37), yaitu untuk dimengerti, disambut baik, merasa dipentingkan, dan kebutuhan akan kenyamanan.

Kualitas pelayanan jasa merupakan evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa oleh perusahaan/organisasi. Sebelum pelanggan membeli suatu jasa, mereka memiliki harapan tentang kualitas jasa yang didasarkan pada kebutuhan-kebutuhan pribadi, pengalaman sebelumnya, rekomendasi *word of mouth*, dan iklan penyedia jasa (Lovell & Wright, 2007:96). Setelah membeli dan menggunakan jasa tersebut, pelanggan membandingkan kualitas yang diharapkan dengan apa yang benar-benar mereka terima.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang, setelah membandingkan kinerja (*perceived performance*) yang ia rasakan/peroleh dibandingkan dengan harapannya (*expectation*) (Kotler & Keller, 2007:179). Sementara menurut Simamora (2004:18) kepuasan adalah perasaan konsumen setelah membandingkan harapan (*prepurchase expectation*) dengan kinerja aktual (*actual performance*) produk/jasa yang dikonsumsinya.

Kerangka Pemikiran

Tujuan dari banyak pemasar dewasa ini tidak lagi hanya bersifat transaksional, namun diharapkan hubungan yang terjadi dapat berkesinambungan antara pemasar dengan pelanggan. Oleh karena itu sangat penting bagi pemasar untuk bisa memberikan jaminan maksimum kepada kepuasan yang dirasakan pelanggan. Secara definitif kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler & Keller, 2007:179).

Dalam bisnis jasa, seperti yang dilakukan oleh kursus kecantikan Johnny Andean, sangat penting untuk mempresentasikan kualitas jasa layanan kepada para peserta didiknya secara maksimal dengan cara memenuhi kebutuhan dan harapan sebaik mungkin. Kualitas pelayanan dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2008:85). Sehingga dari konsep tersebut dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat tercipta dari baik buruknya persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang disampaikan oleh pemasar.

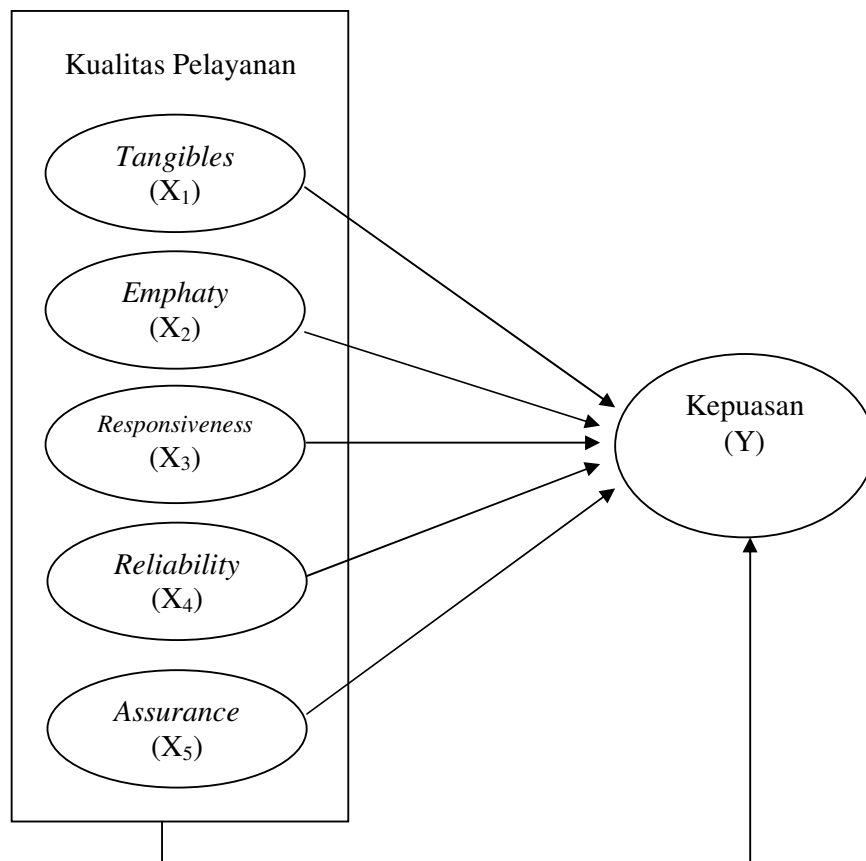
Kualitas pelayanan jasa merupakan evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa oleh perusahaan (Lovell & Wright, 2007:96). Dalam melakukan pengukuran kualitas pelayanan jasa, lazimnya dilakukan dengan mempergunakan dimensi SERVQUAL (*Service Quality*) atau

TERRA yang terdiri dari *tangibles* (fisik), *emphaty* (empati), *responsiveness* (daya tanggap), *reliability* (kehandalan) dan *assurance* (jaminan). (Parasuraman, dalam Tjiptono, 2008:26).

Kajian-kajian empiris yang pernah dilakukan sebelumnya, banyak sekali yang menunjukkan bahwa dimensi-dimensi di dalam kualitas pelayanan memberikan kepuasan secara signifikan (Hidayat, 2007; Muslimin, 2009; Wisnalmawati, 2008). Layanan jasa sendiri banyak mempergunakan sejumlah fasilitas fisik sebagai perlengkapan untuk menyampaikan jasa kepada pelanggan, sehingga dari beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa di antara kelima dimensi TERRA, aspek *tangible* (fisik) sering menjadi faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Yuliana & Mustikawati, 2007; dan Muslimin, 2009).

Dari uraian kerangka pemikiran tersebut maka dapat digambarkan kerangka penelitian berikut ini:

kerangka penelitian berikut ini:



Sumber : Tjiptono (2008); Hidayat (2007); Muslimin (2009); Wisnalmawati (2008) ; Yuliana & Mustikawati (2007)

Gambar 2 : Kerangka Penelitian

2. METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Pengumpulan data penelitian akan dilakukan di lokasi Johnny Andrean *School & Training* yang beralamat di Mall SKA, Jalan Tuanku Tambusai, Lt. 2, Pekanbaru.

Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Data utama yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang langsung diperoleh dari sumber pertama, yakni para peserta kursus di JAST yang menjadi sampel penelitian. Selain itu juga akan dipergunakan data-data pendukung yang bersifat sekunder.

Teknik pengumpulan data Metode yang dipergunakan adalah pengumpulan data primer. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus (Istijanto, 2009:44). Metode pengumpulan data mempergunakan instrumen penelitian berupa kuesioner, yaitu daftar pertanyaan yang akan digunakan periset untuk memperoleh data dari sumbernya secara langsung melalui proses komunikasi atau dengan mengajukan pertanyaan (Istijanto, 2009:69).

Bentuk kuesioner adalah tertutup (*close question*), yaitu responden diberikan alternatif jawaban, sehingga cukup memilih satu diantara beberapa alternatif jawaban yang dianggap paling cocok dengan pendapat atau apa yang dirasakannya (Istijanto, 2009:71).

Populasi dan Sample

Populasi merupakan jumlah keseluruhan yang mencakup semua anggota yang akan diteliti (Istijanto, 2009:113). Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa JAST Pekanbaru yang terdaftar dan aktif hingga bulan Januari 2012, yaitu sebesar 75 orang siswa. Sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi yang terpilih menjadi objek penelitian (Istijanto, 2009: 114). Mempertimbangkan bahwa jumlah populasi cukup terbatas, maka penulis melakukan teknik sensus (*full sampling*) yakni dengan menjadikan ke 75 orang siswa tersebut sebagai responden penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dipergunakan adalah *Analisis Regresi Berganda, Uji Simultan, Koefisien Determinasi (R^2), Uji t*.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data-data penelitian berasal dari responden yang memiliki latar belakang berbeda, sehingga kiranya perlu untuk dilakukan pengelompokkan responden berdasarkan latar belakangnya.

1. Jenis Kelamin Responden,

Mayoritas siswa di JAST adalah wanita. Hal ini sesuai dengan bidang usaha kecantikan yang memang didominasi oleh para wanita baik dari sisi pelaku usaha maupun pelanggannya. Penempatan di salon Johnny Andrean sendiri memang lebih banyak wanita daripada pria walaupun sesungguhnya tidak ada aturan khusus yang membatasi hal tersebut.

2. Usia Responden

Siswa di JAST memiliki latar belakang usia yang berbeda-beda. Penulis melakukan pengelompokkan secara interval mulai dari yang berusia kurang dari 25 tahun hingga 55 tahun.

3. Kelas Tata Rias Yang Diambil Responden

Siswa di JAST memiliki perbedaan dalam memilih kelas tata rias. Pemilihan kelas ini memang cukup rasional mengingat kebanyakan bisnis inti salon bertumpu pada hal-hal yang berkenaan dengan rambut. Kelas tata rias wajah cukup banyak diminati dan menempati urutan kedua, baru disusul oleh kelas perawatan kecantikan.

4. Tujuan Menjadi Siswa di Johnny Andrean School & Training

Kebanyakan dari para siswa di JAST sangat berharap dengan belajarnya mereka disana maka mereka bisa mendapatkan pekerjaan dan ditempatkan di cabang-cabang salon jaringan Johnny Andrean. Oleh manajemen penempatan tenaga kerja salon eks JAST bisa ditempatkan di kota asal sekolah maupun dikirim ke kota-kota atau provinsi lainnya di seluruh Indonesia dimana cabang Johnny Andrean berada.

Analisis Deskriptif

Variabel penelitian terdiri dari kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan yang masing-masingnya diuraikan sebagai berikut:

Kepuasan Pelanggan

Secara umum rata-rata responden berpendapat bahwa pelayanan yang diberikan oleh JAST cukup memuaskan. Aspek-aspek di dalam *tangibles* dan keandalan (*reliability*) menjadi dua hal yang paling tinggi memberikan tingkat kepuasan kepada para siswa. Ketersediaan peralatan dan perlengkapan praktek serta adanya ruang praktek yang nyaman memberikan kontribusi terbesar yang menyebabkan penilaian positif dari para responden terhadap aspek *tangibles* ini. Sedangkan kemampuan dan kecepatan *trainer* dalam memahami masalah serta memberikan solusi bagi siswa menjadi kontributor paling penting yang mendorong penilaian positif dari responden pada aspek kehandalan. Sementara pada aspek-aspek pelayanan lain masih berada pada kriteria cukup memuaskan.

Kualitas Pelayanan

- *Tangible* merupakan penilaian pada aspek-aspek fisik yang diperoleh para siswa dari JAST
- *Empati* adalah cara bagaimana memperhatikan dan memahami orang lain dalam hal ini adalah kepada para siswa
- *Responsiveness* mengindikasikan daya tanggap para personil di JAST dalam melayani para siswanya
- *Reliability* mencerminkan kehandalan para personis di JAST dalam menjalankan tugas-tugas pelayanannya kepada para siswa
- *Assurance* mencerminkan jaminan dan rasa aman bagi para siswa selama dalam pelayanan manajemen JAST

Pengujian Hipotesis

Dari hasil uji regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 17 for windows diperoleh hasil sebagai berikut:

Hasil Pengujian Regresi Berganda

Variabel Penelitian	Koefisien
Konstanta	-0,211
<i>Tangible</i>	0,561
<i>Emphaty</i>	0,403
<i>Responsiveness</i>	0,141
<i>Reliability</i>	0,143
<i>Assurance</i>	0,057

Dari tabel 5.12. dapat ditarik sebuah persamaan regresi berganda sebagai berikut: $Y = -0,211 + 0,561X_1 + 0,403X_2 + 0,141X_3 + 0,143X_4 + 0,057X_5 + e_i$, dimana persamaan ini mengandung makna berikut ini:

- Nilai konstanta (a) sebesar -0,211 artinya, jika variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *emphaty*, *responsiveness*, *reliability*, dan *assurance* diasumsikan konstan (atau sama dengan 0), maka kepuasan pelanggan akan berkurang sebesar 0,211. Hasil ini menunjukkan bagaimana kuatnya pengaruh yang timbul dari lima dimensi kualitas pelayanan, sehingga tanpa adanya perbaikan pada kelima dimensi tersebut, kepuasan pelanggan akan cenderung menurun.
- Nilai koefisien regresi variabel *tangible* sebesar 0,561 artinya, setiap peningkatan variabel *tangible* sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,561 dengan asumsi variabel lain tetap.
- Nilai koefisien regresi *emphaty* sebesar 0,403 artinya, setiap peningkatan *emphaty* sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,403 dengan asumsi variabel lain tetap.
- Nilai koefisien regresi *responsiveness* sebesar 0,141 artinya, setiap peningkatan *responsiveness* sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,141 dengan asumsi variabel lain tetap.
- Nilai koefisien regresi *reliability* sebesar 0,143 artinya, setiap peningkatan *reliability* sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,143 dengan asumsi variabel lain tetap.
- Nilai koefisien regresi *assurance* sebesar 0,057 artinya, setiap peningkatan *assurance* sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,057 dengan asumsi variabel lain tetap.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh *Tangibles* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel *tangible* yang terdiri dari jumlah *trainer*, perlengkapan & peralatan praktek salon, dan ruang praktek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan para peserta kursus di JAST. Dengan besarnya nilai koefisien regresi serta t_{hitung} yang tertinggi pada variabel ini maka menunjukkan bahwa kepuasan para peserta kursus di JAST paling dominan dipengaruhi oleh aspek-aspek yang terkait dengan kecukupan jumlah *trainer* untuk melatih seluruh siswa, kelengkapan dan kemitakhiran peralatan serta perlengkapan praktek salon, dan juga kenyamanan ruang belajar serta ruang praktek yang didesain sangat mirip dengan situasi pada salon-salon pada umumnya. Implikasinya bagi sekolah adalah memperbaiki kondisi kecukupan jumlah *trainer* yang pada penelitian ini menunjukkan tanggapan yang masih dalam kondisi buruk oleh rata-rata siswa.

2. Pengaruh *Emphaty* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel *emphaty* yang terdiri dari keramahan & kesopanan, tidak mendiskriminasi, dan menghormati & menghargai memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan para peserta kursus di JAST. Sebagai implikasinya adalah bahwa ketiga indikator tersebut tampaknya masih sangat perlu dilakukan perbaikan, terutama pada aspek perlakuan *trainer* dan pengurus sekolah yang dirasakan masih diskriminatif terhadap para siswanya. Perilaku *trainer* juga perlu diperbaiki dari segi keramahan dan kesopanan ketika berinteraksi dengan para siswa, termasuk memberikan rasa hormat dan penghargaan kepada para siswa karena bagaimana pun dari para siswa tersebut sekolah mendapatkan pemasukan berupa biaya kursus, dan juga kemudahan rekrutmen tenaga berpotensi untuk cabang-cabang salon Johnny Andrean.

3. Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel *responsiveness* yang terdiri dari kesediaan membantu, tanggap pada masalah yang dihadapi siswa dan cepat dalam menangani keluhan memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada aspek ini juga hasil yang diperoleh dari penelitian belum menggembirakan, terutama pada indikator kecepatan dalam menerima dan menanggapi keluhan para siswa yang masih dinilai buruk. Implikasinya adalah agar bagaimana JAST bisa berkonsentrasi untuk mengamati permasalahan-permasalahan utama yang paling sering menjadi keluhan para siswa dan sesegera mungkin mencari solusi untuk permasalahan tersebut.

Di samping itu juga, JAST masih perlu menjamin perilaku *trainer* agar selalu siap dalam menghadapi berbagai tipe kecerdasan siswa yang menyebabkan cukup banyak siswa yang kesulitan menerima materi-materi yang disampaikan. *Trainer* harus dilatih kesabaran yang cukup. Selain itu, JAST juga perlu meninjau dan selalu memutakhirkan materi-materi kursus sesuai dengan perkembangan jaman, dan lebih baik dan lebih adil dalam mengelola pengalokasian penempatan siswa-siswa untuk dipekerjakan di cabang-cabang salon milik Johnny Andrean.

4. Pengaruh *Reliability* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel *reliability* yang terdiri dari ketepatan memberikan solusi, akurasi penyampaian materi dan kehandalan *trainer* terbukti memberikan pengaruh yang positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan para siswa. Rata-rata memang kompetensi para *trainer* cukup bagus di mata para siswa, namun permasalahannya kemampuan itu tidak merata karena ada beberapa *trainer* yang ternyata tidak begitu memahami perannya sebagai pelatih dan pembimbing para siswa. Belum lagi dengan masih seringnya tugas-tugas para *trainer* tersebut digantikan oleh pegawai salon senior yang meskipun terampil secara praktek, namun ketika menyampaikan materi mereka mengalami kesulitan berkomunikasi dengan para siswa. Jadi implikasinya tentu saja adalah bagaimana agar JAST menjamin para *trainer* selalu berada di tempat pada saat jadwal mengajarnya, dan menyiapkan pengganti yang setara apabila *trainer* yang bersangkutan harus keluar kota karena adanya tugas-tugas lain dari manajemen pusat.

5. Pengaruh *Assurance* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel *assurance* yang terdiri dari jaminan kompetensi *trainer*, kredibilitas nama besar Johnny Andrean dan bebas dari keraguan akan mutu kursus berpengaruh positif namun tidak signifikan dalam meningkatkan kepuasan para siswa JAST. Hasil ini memperlihatkan bahwa ternyata citra baik pada nama besar Johnny Andrean tidak langsung menghapus keraguan para siswa terhadap mutu kursus yang diberikan. Banyak permasalahan bukan berasal dari kurikulum atau materi, karena banyak siswa percaya kurikulum yang disusun sudah didesain dengan sangat baik oleh tim dari Johnny Andrean di Jakarta. Permasalahannya justru muncul dari ketidakmampuan para *trainer* dalam menerjemahkan dan mengaplikasikan materi-materi bagus tersebut kepada para siswa. Belum lagi sering terjadi *trainer* yang harus absen meninggalkan tugas mengajarnya dan digantikan oleh orang lain yang tidak setara kemampuannya. Inilah yang barangkali menjadi

sebab mengapa *assurance*, meskipun positif, namun tidak menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan para siswa.

Kesimpulan

Dari berbagai temuan penelitian maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles*, *emphaty*, *responsiveness*, *reliability*, dan *assurance* secara simultan mempengaruhi kepuasan para siswa secara signifikan. Variabel *tangible* merupakan faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan para siswa tersebut.
- 2) Variabel *tangibles* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan para siswa.
- 3) Variabel *emphaty* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan para siswa.
- 4) Variabel *responsiveness* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan para siswa.
- 5) Variabel *reliability* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan para siswa.
- 6) Variabel *assurance* secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan dalam meningkatkan kepuasan para siswa.

Saran

Beberapa aspek kualitas pelayanan masih ditanggapi kurang memuaskan oleh para siswa, sehingga penulis memberikan beberapa rekomendasi berikut:

- 1) Manajemen perlu menginventarisir kembali jumlah seluruh *trainer* yang ada di seluruh cabang JAST kemudian membandingkannya dengan jadwal *training* yang ada dan rasio kecukupannya dengan jumlah siswa. Jika memang sebenarnya diperlukan adanya penambahan *trainer* profesional, maka manajemen harus segera melakukan rekrutmen *trainer* dan tidak memberikan rangkap jabatan kepada para pegawai senior. Namun jika memang rasio kecukupan jumlah *trainer* dan siswa masih dirasakan cukup, maka yang perlu dilakukan adalah meninjau kembali penyusunan jadwal *training* secara lebih baik sehingga tidak terjadi *overlapping* antara satu sekolah dengan sekolah lainnya sementara *trainernya* sama.

- 2) Kepada para *trainer* dan termasuk bagi para pengurus JAST agar memperbaiki perilaku yang selama ini ada kecenderungan diskriminatif dan kurang bisa bergaul secara adil dengan para siswa.
- 3) Metode penanganan keluhan agar diperbaiki dan dibuatkan skala prioritas penyelesaiannya. Sebaiknya keluhan didokumentasikan tanggal penerimaannya, siapa yang akan menangani, dan bagaimana tahapan proses penanganannya sehingga keluhan itu diselesaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan, 2001. *Manajemen Pemasaran*. BPFE UGM, Jogjakarta
- Fransilvia, Abimanyu, 2006, *Hubungan Antara Tingkat Layanan Kualitas Internal, Kepuasan Kerja Karyawan, Kualitas Layanan Eksternal, dan Tingkat Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus: Karyawan Non Edukatif dan Mahasiswa pada Universitas Sanata Darma Yogyakarta)*
- Hidayat, Rachmad, 2007. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualias Produk, dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*
- Istijanto, Oei, 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Keegan, Warren, 2002. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit PT. Macanan Jaya Cemerlang, Jakarta
- Kotler, Philip, dan Kevin Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit INDEKS, Jakarta.
- Lovelock, C.H. P. Patterson, dan R. Walker, 2004. *Service Marketing: An Asia-Pacific and Australian Perspective, 3rd ed.*, French Forest, NSW: Pearson Education Australia
- Lovelock, C.H. dan C. Wright, 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Indeks, Jakarta
- Martin, 2001. *Konsep Pemasaran*. Penerbit PT Angkasa, Bandung
- Muslimin, Correia, 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Warnet 'Aurora' Pabelan Kartasura Surakarta*
- Rangkuti, Freddy, 2006. *Measuring Customer Satisfaction*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro, 2007, *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur*, Penerbit Alfabeta, Bandung.

- Riduwan, 2009, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan, Dan Peneliti Pemula*, Penerbit Alfabeta, Bandung
- Simamora, Bilson, 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta, Bandung
- Sukirno, Bambang, 2003. *Strategi Pemasaran*. Rineka Cipta, Jakarta
- Sumarni, 2000. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta
- Tjiptono, Fandy, 2005. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Penerbit Andi, Jogjakarta
- Tjiptono, Fandy, 2007. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Penerbit Andi, Jogjakarta
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi, Jogjakarta
- Tjiptono, F., G. Chandra, dan D. Adriana, 2008. *Pemasaran Strategik*. Penerbit Andi, Jogjakarta
- Wisnalmawati, 2008. *Kepuasan Konsumen Bengkel Motor AHASS 1605 Seturan Yogyakarta Berdasarkan Dimensi Mutu Pelayanan*. Jurnal Ekonomi Bisnis, No. 3, Vol. 13, Desember 2008
- Yamin, S, dan H. Kurniawan, 2009. *SPSS Complete: Teknis Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*, Penerbit Salemba Infotek, Jakarta
- Yuliana. Y., dan F. Mustikawati, 2007. *Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Jasa Bengkel Sepeda Motor Yogyakarta)*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Vol. 8, No. 2, Juni 2007
- Zeithaml, Valerie. A., Leonard A. Berry, dan Parasuraman, *The Nature And Determinations of Customer Expectations of Service*, Journal of the Academy of Marketing Science 21, no. 1, 1993.

<http://www.johnnyandreaan.com>, diakses tanggal 10 Januari 2012