

ISSN 1411-0393

EKUITAS

Jurnal Ekonomi dan Keuangan

Akreditasi No.395/DIKTI/Kep/2000

Vol.7 No.1 - Maret 2003

ANALISIS PERBEDAAN PRAKTIK PERATAAN LABA MELALUI UKURAN PERUSAHAAN

Makaryanawati -- 1

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS PELAYANAN
PERUSAHAAN DAN PENGARUH TINGKAT KEPUASAN TERHADAP
PERILAKU PELANGGAN (STUDI KASUS DI LEMBAGA PENGEMBANGAN
KEPRIBADIAN JOHN ROBER POWERS SURABAYA)

N. Purnomolastu -- 16

PENGARUH PEMBANGUNAN EKONOMI TERHADAP EKSPOR NON MIGAS INDONESIA

Sarwedi -- 38

PENGARUH *STOCK SPLIT* TERHADAP PERUBAHAN HARGA SAHAM
YANG LISTED DI BURSA EFEK SURABAYA

Sugiyono -- 56

ANALISIS LAPORAN KEUANGAN DAN IMPLEMENTASINYA DI KOPERASI

Ady Soejoto -- 73

PERMASALAHAN SISTEM PENGENDALIAN MANAJEMEN PEMERINTAH

Yazid Yud Patmono -- 90



Diterbitkan Oleh
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
SURABAYA

EKUITAS

Jurnal Ekonomi dan Keuangan

ISSN 1411 – 0393

Akreditasi No.395/DIKTI/Kep/2000

Vol. 7 No. 1– Maret 2003

Pemimpin Umum/Penanggung Jawab:

Drs. Soebari Martoatmodjo, MM
(Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia)

Ketua Penyunting:

Drs. Ikhsan Budi R., M.Si.

Penyunting Pelaksana:

Drs. Akhmad Riduwan, Ak.
Drs. Ec. Soedjono, MM.
Drs. Bambang Suryono, SH., Ak.
Drs. Maswar Patuh Priyadi, MM., Ak.
Dra. Sasi Agustin, MM.
Drs. Suwitho, M.Si.
Drs. Budiyanto, MS.
Lisman Iskandar, SH., MS.
Kurnia, SE., M.Si., Ak.

Mitra Bestari:

Prof. Sutjipto Ngumar, Ph.D., Ak. (STIESIA Surabaya)
Prof. Dr. Soebandi, SE, Ak. (STIESIA Surabaya)
Prof. Dr. Simanhadi Widyaprakoso (UNEJ Jember)
Prof. Bintoro Tjokroamidjojo, M.A. (STIESIA Surabaya)
Prof. Drs. Ec. Thantawi A.S., MS. (UNIBRAW Malang)
Prof. Dr. Haryono, SU. Ec. (UNEJ Jember)
Prof. Dr. M. Safi'i Idrus (UNIBRAW Malang)

Alamat Penerbit/Redaksi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
Jalan Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118
Tlp (031) 5947505, 5947840, Fax (031) 5932218

Terbit Pertama Kali

Juni 1997

Frekuensi Terbit

Tiga Bulan Sekali

EKUITAS

Jurnal Ekonomi dan Keuangan

ISSN 1411 – 0393
Akreditasi No.395/DIKTI/Kep/2000

Vol.7 No.1 – Desember 2002

KEBIJAKAN EDITORIAL DAN PEDOMAN PENULISAN ARTIKEL

KEBIJAKAN EDITORIAL

EKUITAS diterbitkan oleh Pusat Penelitian Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya secara berkala (setiap tiga bulan) yaitu setiap bulan Maret, Juni, September dan Desember, dengan tujuan untuk menyebarkan hasil penelitian, pengkajian, dan pengembangan bidang ekonomi dan keuangan, khususnya bidang akuntansi, manajemen, pasar modal, hukum bisnis, perpajakan, sistem informasi, serta bidang ekonomi dan keuangan lainnya. Artikel yang dipublikasikan dalam EKUITAS dapat berupa *Artikel Penelitian* maupun *Artikel Konseptual* (non-penelitian).

EKUITAS menerima kiriman artikel yang ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris. Penulis harus menyatakan bahwa artikel yang dikirim ke EKUITAS tidak dikirimkan atau belum pernah dipublikasikan dalam jurnal lainnya. Artikel yang merupakan hasil penelitian dengan pendekatan survei atau eksperimental, harus dilampiri dengan instrumen penelitian yang bersangkutan (kuisisioner, daftar wawancara dan lain-lain).

Keputusan tentang pemuatan artikel dalam EKUITAS diambil melalui proses *blind review* oleh Dewan Penyunting dengan mempertimbangkan antara lain : orisinalitas, aktualitas serta signifikansi kontribusi artikel terhadap pengembangan ilmu pengetahuan maupun praktik dalam dunia nyata. Dewan Penyunting akan memberikan telaah konstruktif dan, jika dipandang perlu, menyampaikan hasil evaluasi kepada penulis artikel untuk ditanggapi dan didiskusikan. Artikel yang tidak memenuhi kriteria yang ditetapkan akan dikembalikan.

PEDOMAN PENULISAN ARTIKEL

Berikut ini adalah suatu pedoman penulisan artikel dalam EKUITAS, yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi penulis.

1. Sistematika penulisan untuk Artikel Penelitian setidaknya terdiri atas bagian-bagian: Abstrak, Pendahuluan, Kerangka Teoritis dan Hipotesis (jika ada), Metode Penelitian, Analisis Data, Pembahasan dan Kesimpulan, Implikasi dan Keterbatasan, Daftar Pustaka.
2. Sistematika penulisan untuk Artikel Konseptual setidaknya terdiri atas bagian-bagian: Abstrak, Pendahuluan, Isi/Bagian Inti (yang terbagi dalam beberapa sub bagian/sub judul–jumlahnya tergantung pada kecukupan kebutuhan penulis dalam menyampaikan gagasan/pikirannya), Penu-tup/Kesimpulan, Daftar Pustaka.

3. Artikel diketik pada kertas berukuran kuarto (21 x 28 cm) dengan spasi tunggal; margin atas dan bawah masing-masing 4,5 cm; margin kiri dan kanan masing-masing 3,8 cm. Pengetikan sebaiknya menggunakan *Microsoft Word* dengan huruf *Times New Roman* ukuran 11.
4. Panjang artikel berkisar antara 15-25 halaman, dan diserahkan dalam bentuk Disket 3,5" dengan satu eksemplar cetakan (*print-out*).
5. Pada halaman pertama artikel harus ditunjukkan judul artikel dan identitas penulis (minimal nama lengkap, gelar akademik dan profesi/pekerjaan), serta abstraksi dari artikel.
6. Abstrak terdiri antara 150-400 kata dan dapat disajikan dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris. Abstrak harus diikuti dengan sedikitnya 3 kata kunci (*keywords*) untuk memudahkan penyusunan indeks artikel.
7. Tabel dan gambar dapat disajikan dalam badan tulisan atau dapat pula disajikan pada halaman terpisah (pada bagian akhir tulisan). Setiap tabel/gambar harus diberi nomor urut dengan angka arab, judul tabel/gambar, dan sumber kutipan (bila relevan).
8. Dalam teks, karya yang diacu atau dikutip ditulis dengan menyebut nama akhir penulis serta tahun dalam tanda kurung. Nomor halaman dapat dicantumkan jika dipandang perlu.
Contoh :
 - a. Satu sumber kutipan, satu penulis: (Griffin 1996). Jika nomor halaman dicantumkan: (Griffin 1996: 134).
 - b. Satu sumber kutipan, dua penulis: (Griffin dan Leer 1996).
 - c. Satu sumber kutipan, lebih dari dua penulis: (Priyadi dkk. 1996 atau Donald et al. 1995).
 - d. Dua sumber kutipan, penulis berbeda: (Brown 1990; Donald 1989).
 - e. Dua sumber kutipan, penulis sama: (Brown 1990, 1991). Jika tahun publikasi sama: (Brown 1991a, 1991b).
 - f. Sumber kutipan yang berasal dari suatu institusi sebaiknya menyebutkan akronim dari institusi yang bersangkutan, misalnya: (IAI 1994), (Deperindag 1990).
9. Setiap artikel harus memuat daftar pustaka (hanya yang menjadi sumber kutipan). Daftar pustaka ditulis alpabetis sesuai nama akhir penulisnya (tanpa gelar akademik) baik untuk penulis asing maupun penulis Indonesia.
Contoh:
Ikatan Akuntan Indonesia. 1994. *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No.4 : Laporan Keuangan Konsolidasi*. Salemba Empat. Jakarta
Matz, Adolph, dan Milton F. Usry. 1987. *Cost Accounting : Planning and Control*. Eight Edition. Cincinnati: South Western Publishing Co.
Prenatt, Susan L (September 1995). "The Endowment Goose and It's Golden Eggs". *Journal of Accountancy*, page: 66-70.
Subiyakto, Edi. 1996. "Klinik Usaha Kecil Sebagai Wujud Kepedulian Profesi". *Makalah Konvensi Nasional Akuntansi Ke-3*. Ikatan Akuntan Indonesia. Semarang : 12-13 September.

EKUITAS

Jurnal Ekonomi dan Keuangan

ISSN 1411 – 0393
Akreditasi No.395/DIKTI/Kep/2000

Vol.7 No.1 – Maret 2003

DAFTAR ISI

- **Makaryanawati, SE, M.Si, Ak.**
Analisis Perbedaan Praktik Perataan Laba Melalui Ukuran Perusahaan.... 1 – 15
- **Drs. N. Purnomolastu, Ak., M.M.**
Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan
Perusahaan dan Pengaruh tingkat Kepuasan Terhadap Perilaku
Pelanggan (Studi Kasus di Lembaga Pengembangan Kepribadian John
Rober Powers Surabaya)..... 16 – 37
- **Dr. Sarwedi, SE., M.M.**
Pengaruh Pembangunan Ekonomi Terhadap Ekspor Non Migas
Indonesia..... 38 – 55
- **Drs. Sugiyono, M.M.**
Pengaruh *Stock Split* Terhadap Perubahan Harga Saham yang Listed di
Bursa Efek Surabaya..... 56 – 72
- **Drs. Ady Soejoto, SE., M.Si**
Analisis Laporan Keuangan dan Implementasinya di Koperasi..... 73 – 89
- **Drs. Yazid Yud Patmono, M.M., Ak.**
Permasalahan Sistem Pengendalian Manajemen Pemerintah..... 90 – 103

**ANALISIS FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS
PELAYANAN PERUSAHAAN DAN PENGARUH TINGKAT
KEPUASAN TERHADAP PERILAKU PELANGGAN**
(Study kasus di Lembaga Pengembangan Kepribadian
John Rober Powers Surabaya)

N. Purnomolastu^{*)}

ABSTRACT

As a service company that should priorities service matter to be able to satisfy their customers, satisfaction issue could not be separated from to what extent the Company's performance was, so that good performance would render customers feel happy and would finally affect their behaviours. This research took John Robert Powers as an educational institution, in order to find out how far the company performance will be able to affect work performance and further more would affect behaviour of their customers. The research applied multiple analysis regression to find out what factors that influence quality and performance of company services, index of customer satisfaction to find out to hat extent the customer satisfaction was and analysis of chi square to find out the strength of customer effects on customer behaviour

Kata Kunci:

Kinerja, Kepuasan, Atribut, SERQUAL

1. PENDAHULUAN

Persoalan kualitas dalam dunia bisnis sudah menjadi suatu hal penting yang harus dipertimbangkan perusahaan dalam ikut menentukan berhasil tidaknya produk yang dijual, terlebih lagi apabila produk yang dijual adalah produk jasa dimana inti produknya adalah pelayanan. Ada bermacam cara dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan **kinerja** atau pelaksanaan pelayanan terhadap para pelanggannya. Satu diantaranya adalah dengan melakukan penelitian tentang **kepuasan** pelanggan yaitu perbandingan antara harapan dan kinerja dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan dan sekaligus untuk meningkatkan kepuasannya, agar para pelanggan di kemudian hari menjadi lebih loyal terhadap perusahaan serta pada akhirnya dapat memberikan nilai lebih dalam berhubungan dengan perusahaan, seperti pembelian lebih banyak, mereferensikan orang untuk menggunakan jasanya atau bahkan membela perusahaan dalam hal- hal tertentu.

Peneliti dalam hal ini mengambil sebuah lembaga kursus berlisensi internasional yaitu John Robert Powers (JRP) sebagai obyek penelitian pada bulan Juli 2002. Peneliti

^{*)} Drs. N. Purnomolastu, Ak., M.M. adalah dosen Politeknik Universitas Surabaya

memilih JRP dikarenakan lembaga pendidikan ini merupakan yang pertama kali didirikan di Surabaya bulan Agustus 1992, khususnya dalam hal pengembangan kepribadian serta memperoleh beberapa penghargaan internasional diantaranya adalah :

- *Most Outstanding Performance, Boston International 1992*
- *Excellent Performance and School Directions 1995*
- *Most Outstanding Enrollment and Teaching Performance 1999*
- *High achievement in sustaining and enhancing the positive image of John Robert Powes 2001*

2. METODE PENGUMPULAN DATA

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan terdiri atas jawaban 50 responden melalui beberapa tahapan yaitu :

Langkah 1

Peneliti memberikan daftar pertanyaan tertutup yang harus diisi responden dan berisi tentang harapan responden tentang suatu pelayanan jasa kursus.

Langkah 2

Peneliti meminta responden untuk mengisi daftar pertanyaan tertutup yang sama dengan daftar pertanyaan seperti tahap 1, hanya saja responden diminta untuk mengisi kinerja yang dihasilkan JRP.

Langkah 3

Peneliti meminta responden untuk mengisi daftar pertanyaan tertutup untuk mengetahui perilaku responden atas pelayanan yang telah diterima berdasarkan atas tingkat kepuasan responden serta daftar pertanyaan terbuka untuk mengetahui prioritas dalam memilih JRP sebagai tempat kursus

Adapun daftar pertanyaan terdiri atas 22 **atribut** dan mengacu pada daftar pertanyaan kualitas pelayanan atau **SERQUAL** (*Service Quality*) yang dibuat oleh Valarie, Parasuraman dan Berry (1990: 185) dan telah dimodifikasi sesuai dengan obyek penelitian. Sedangkan jawaban atas pertanyaan tersebut, peneliti menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5 yaitu:

- Untuk harapan:
 - 1 = Sangat tidak penting
 - 2 = Tidak penting
 - 3 = Cukup penting
 - 4 = Penting
 - 5 = Sangat Penting
- Untuk kinerja:
 - 1 = Sangat tidak baik
 - 2 = Tidak baik
 - 3 = Cukup baik

- 4 = Baik
- 5 = Sangat Baik

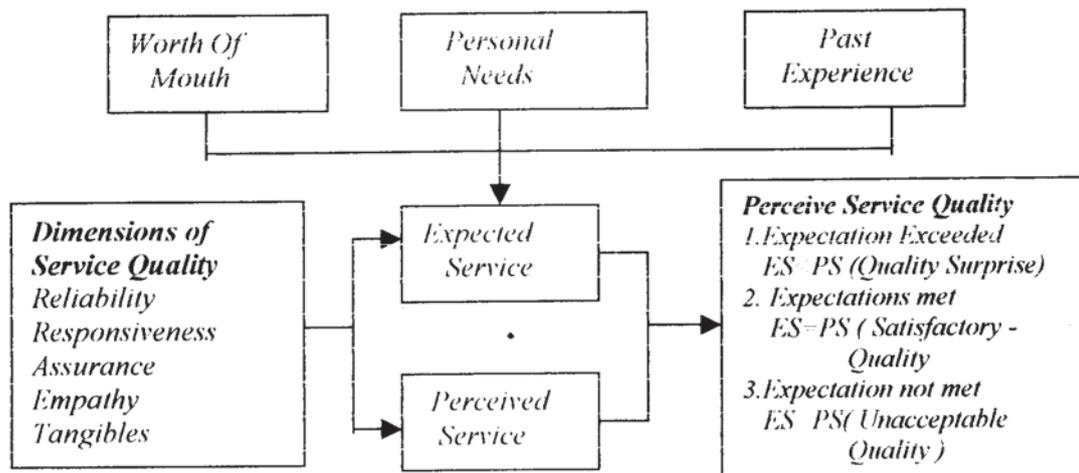
Untuk jawaban atas daftar pertanyaan langkah 3 digunakan pertanyaan yang dibuat oleh Rambat (2001: 242) yang bersifat tertutup dengan jawaban yang telah disediakan yaitu:

- 1 = Jika belum melakukan dan tidak akan melakukan
- 2 = Jika belum melakukan dan akan melakukan
- 3 = Jika sudah melakukan dan akan melanjutkan
- 4 = Jika sudah melakukan namun tidak akan melakukan lagi
- 5 = Jika sudah melakukan namun belum memutuskan tindakan berikutnya

serta daftar pertanyaan terbuka dengan isian bebas.

3. LANDASAN TEORI

Seperti telah dikemukakan diatas bahwa kepuasan adalah perbandingan antara harapan dan penerimaan atau kinerja atas suatu jasa hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Fitzsimons dalam *Service Management* (1994: 190) yang terlihat dalam gambar dibawah ini:



Gambar 3.1
Hubungan antara Harapan dan Penerimaan/Kinerja

Secara singkat dapat dijelaskan bahwa dimensi kualitas pelayanan terdiri atas *reliability* atau keandalan (5 atribut), *responsiveness* atau sikap tanggap (4 atribut), *assurance* atau jaminan pelayanan/profesionalisme (4 atribut), *emphati* (5 atribut) dan *tangibles* atau bukti phisik (4 atribut). Kelima dimensi tersebut yang merupakan cerminan atas 22 atribut atau pertanyaan akan mempengaruhi kualitas pelayanan yang dihasilkan oleh perusahaan. Sedangkan harapan akan pelayanan akan dipengaruhi oleh informasi yang

berkembang dari mulut-kemulut (*worth of mouth*), kebutuhan pribadi dan pengalaman masa lalu seseorang terhadap suatu pelayanan yang pernah diterimanya. Apabila antara harapan dengan kinerja yang dihasilkan oleh perusahaan diperbandingkan maka akan terjadi 3 hal yaitu:

- Quality surprise*, bila harapan ternyata lebih rendah dari penerimaan artinya pelanggan akan merasakan kekaguman atas kinerja pelayanan
- Satisfactory quality*, bila harapan sama dengan kinerja artinya bahwa pelanggan akan merasa puas akan kinerja pelayanan
- Unacceptable quality*, bila harapan melebihi kinerja artinya bahwa kinerja pelayanan tidak akan diterima oleh pelanggan

Lebih lanjut ke 3 hal tersebut akan berdampak pada hubungan pelanggan dan perusahaan yaitu hubungan antara kepuasan dan loyalitas seperti dikemukakan Fandy Tjiptono dalam Perspektif Manajemen Pemasaran Kontemporer (2000: 107) seperti yang dapat dilihat dalam gambar dibawah ini:

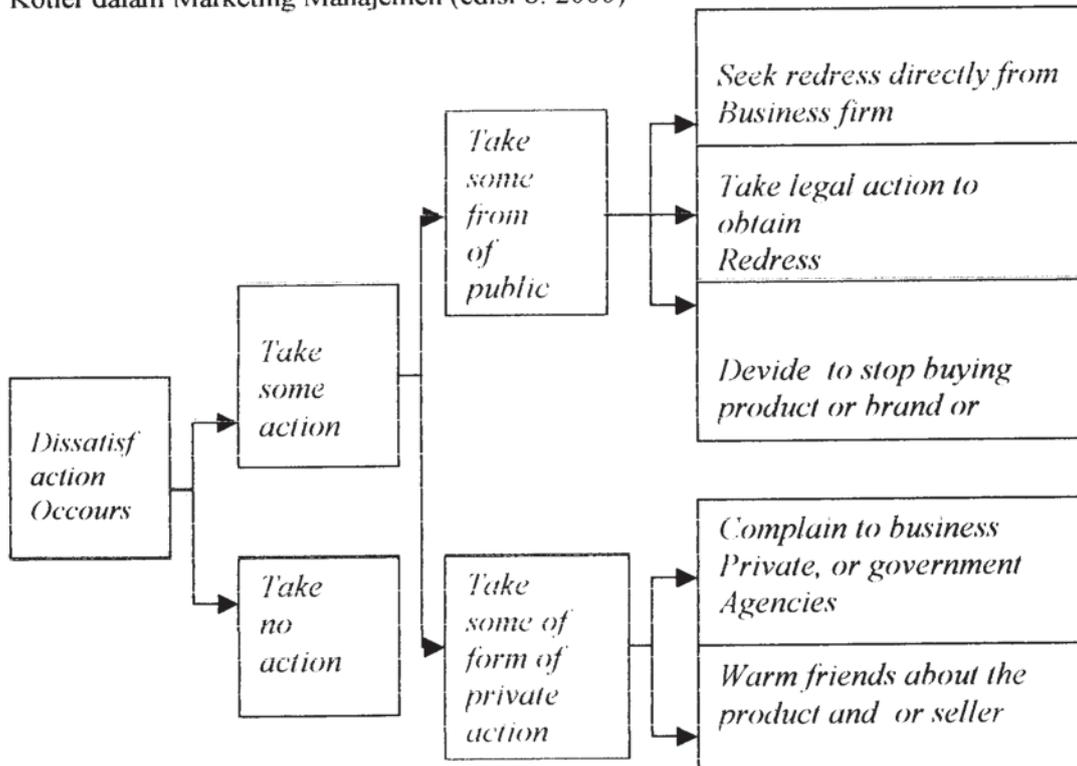
		Loyalitas Pelanggan	
		Rendah	Tinggi
Kepuasan Pelanggan	Rendah	<i>Failures (1)</i> Tidak puas dan tidak loyal	<i>Forced Loyalty (2)</i> Tidak puas namun terikat pada program promosi loyalitas perusahaan
	Tinggi	<i>Defectors (3)</i> Puas tetapi tidak loyal	<i>Successes (4)</i> Puas, loyal dan paling mungkin memberikan <i>Worth of Mouth</i>

Gambar 3.2
Hubungan antara Kepuasan dan Loyalitas

Dalam gambar diatas menunjukkan bahwa ada kemungkinan 4 hal yang dapat terjadi jika antara kepuasan dan loyalitas pelanggan dihubungkan.

- Dikatakan loyalitas yang gagal jika pelanggan tidak puas dan cenderung untuk meninggalkan perusahaan .
- Dikatakan loyalitas yang terpaksa jika pelanggan tidak puas namun tidak meninggalkan perusahaan hal ini dapat terjadi karena pelanggan terikat oleh suatu perjanjian
- Dikatakan tidak loyal jika kepuasan pelanggan tinggi namun ia tetap meninggalkan perusahaan
- Dikatakan loyalitas yang berhasil jika kepuasan pelanggan tinggi dan memberikan citra positif perusahaan (*worth of mouth*)

Sebagai kelanjutannya bahwa apabila pelanggan tidak puas atau sebaliknya maka akan berdampak pada perilakunya terhadap perusahaan. Perilaku tersebut dijelaskan oleh Kotler dalam Marketing Manajemen (edisi 8: 2000)



Gambar 3.3
Hubungan antara Ketidak Puasan dan Perilaku

Dari uraian tersebut diatas dapat dikatakan bahwa apabila pelanggan tidak puas maka ia dapat diam atau melakukan tindakan, dan apabila ia melakukan tindakan maka hal yang kan dilakukan adalah :

- a. Mengambil tindakan ke pihak lain diluar perusahaan/ masyarakat
 - 1) Pindah ke pemasok lain
 - 2) Mengambil tindakan hukum
 - 3) Menghentikan membeli produk atau memboikot produk
- b. Mengambil tindakan kedalam perusahaan
 - 1) Komplain/ mengadu ke perusahaan
 - 2) Menceritakan pada teman dekat

Sebaliknya apabila pelanggan puas maka hal yang akan dilakukan adalah :

- a. Lebih loyal terhadap perusahaan yang dilakukan dengan cara :
 - 1) Memberikan kabar positif dan membela perusahaan terhadap pihak lain
 - 2) Merekomendasikan produk/ jasa kepada pihak lain
 - 3) Mendorong teman atau relasi untuk melakukan bisnis dengan perusahaan
 - 4) Mempertimbangkan menggunakan produk perusahaan sebagai alternatif pertama
 - 5) Melakukan bisnis lebih banyak
- b. Melakukan pembelian lebih
 - 1) Melanjutkan bisnis walaupun harga naik
 - 2) Membayar lebih tinggi dibandingkan harga pesaing

4. KERANGKA PENELITIAN

Berdasarkan atas pemikiran tentang landasan teori diatas maka dilakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas/kinerja pelayanan, sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan atas kinerja perusahaan dan pengaruh tingkat kepuasan terhadap perilaku pelanggan. Kerangka penelitian ini yang juga merupakan kombinasi dari apa yang telah dilakukan oleh Valaire, Parasuraman, Berry (1990: 180) dan Supranto (1990: 238) serta Rambat (2001: 242) dapat dilihat seperti dalam gambar 3.4:

Pada tahap pertama akan dianalisis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja atau kualitas pelayanan untuk mengetahui faktor apa saja yang paling dominan dalam menentukan kualitas pelayanan. Alat bantu yang digunakan untuk menganalisis ini adalah regresi berganda seperti dikemukakan oleh Algifari dalam statistika Induktif (1997: 151).

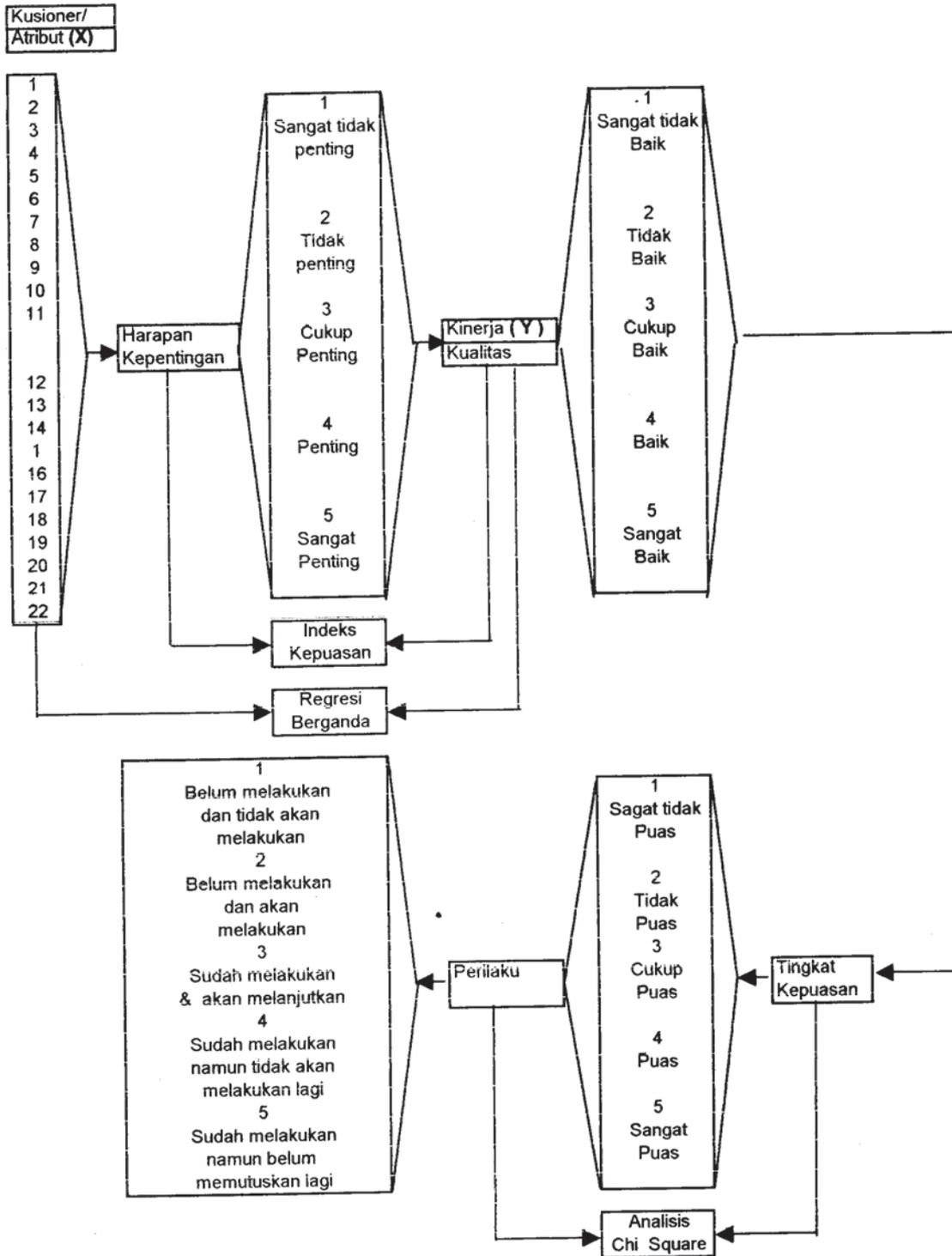
Pada tahap kedua akan diukur tentang indeks kepuasan responden untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan responden dalam hal ini peserta kursus. Adapun alat bantu yang digunakan untuk menghitung ini adalah Perhitungan Indeks Kepuasan Konsumen (*Customer Satisfaction Indeks*) mengacu perhitungan dari PQM Cunsultan dalam *Measuring Customer Satiffaction*

Tahap ketiga adalah menganalisis apakah terdapat hubungan antara kepuasan responden dengan perilakunya sedangkan alat bantu yang digunakan untuk menganalisis adalah *Chi-Square* seperti dalam buku Rambat yaitu Manajemen Pemasaran Jasa (2001: 215)

5. HIPOTESIS

Dalam penelitian ini digunakan dua hipotesis sebagai berikut :

- a. Hipotesis yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan.
 - H₀: Faktor fisik, keandalanan, kesigapan, keyakinan/ profesionalism dan perhatian secara bersama- sama mempengaruhi kinerja perusahaan
 - H_A: Faktor fisik, keandalan, kesigapan, keyakinan/ profesionalism dan perhatian tidak secara bersama- sama mempengaruhi kinerja perusahaan



Gambar 3.4

Kerangka Penelitian di John Rober Powers

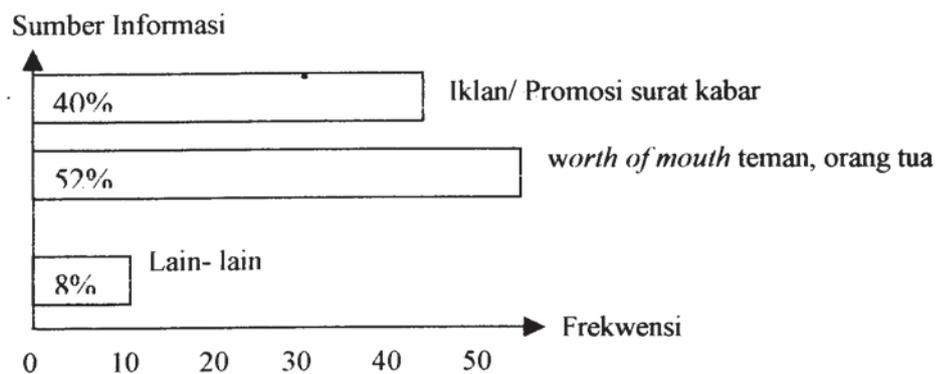
- b. Hipotesis yang berhubungan dengan :
- 2) Kinerja perusahaan terhadap tingkat kepuasan
 H_0 : Antara kinerja perusahaan dengan tingkat kepuasan saling independen
 H_A : Antara kinerja perusahaan dengan tingkat kepuasan tidak saling independen
 - 3) Tingkat kepuasan terhadap perilaku peserta kursus
 H_0 : Antara kepuasan peserta terhadap perilaku pengaduan interen, pengaduan exteren, penyampaian hal positif, rekomendasi pihak lain, pembelian produk lain dan pembelaan terhadap kesan negatif JRP saling berhubungan.
 H_A : Antara kepuasan peserta terhadap perilaku pengaduan interen, pengaduan exteren, penyampaian hal positif, rekomendasi pihak lain, pembelian produk lain dan pembelaan terhadap kesan negatif JRP tidak saling berhubungan.

6. HASIL PENELITIAN

a. Karakteristik Peserta Kursus

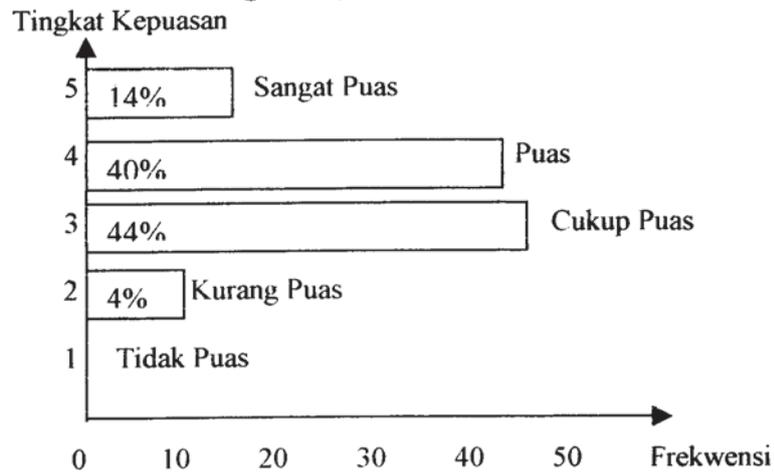
- 1) Jumlah responden
 Penelitian dilakukan terhadap siswa peserta kursus pada bulan Juli 2002 dengan jumlah peserta kursus tercatat 68 orang dan yang hadir mengikuti kursus sebanyak 56 serta yang menjawab secara sempurna 50 orang sedangkan 6 responden mengisi tidak lengkap.
- 2) Informasi yang didapat tentang JRP

Tabel 6.1
Perbandingan asal Informasi yang didapat tentang JRP



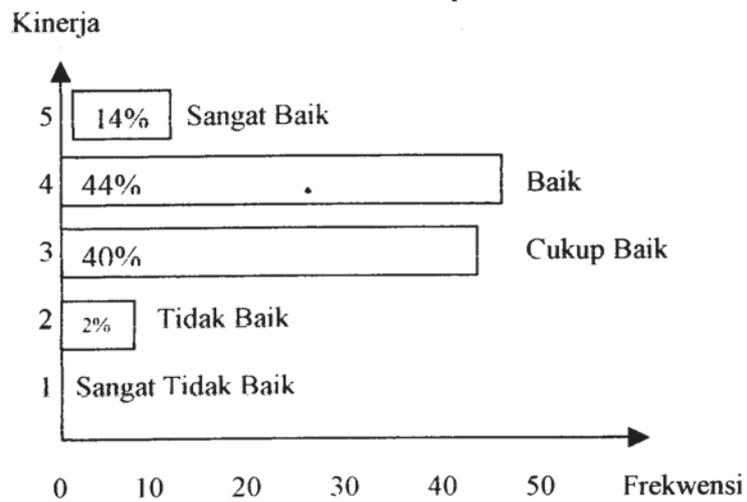
3) Tingkat Kepuasan peserta kursus JRP

Tabel 6.2
Tingkat Kepuasan Peserta Kursus



4) Kinerja/Kualitas Pelayanan

Tabel 6.3
Kualitas Kinerja



b. Hasil Perhitungan Regresi Berganda dengan Microsta

1) Hasil Uji Parsial

Tabel 6.4
Hasil Uji Parsial Pengaruh Dimensi Kualitas Terhadap Kinerja

VAR	REGRESSION COEFFISIEN	T (DF = 44)	PARTIAL r^2
Phisik (X ₁)	.1963	1.280	.0359
Andal (X ₂)	.1413	.725	.0118
Respon (X ₃)	-.1592	-1.081	.0259
Profsnl (X ₄)	.7487	3.894	.2563
Emphati (X ₅)	.0835	.663	.0099
CONSTAN	-.1597		

2) Hasil Uji Simultar.

Tabel 6.5
Hasil uji Simultan Pengaruh Dimensi kualitas Terhadap Kinerja

ADJUSTED R SQUARED	.6016			
R SQUARED	.6423			
MULTIPLE R	.8014			
ANALYSIS OF VARIANCE TABLE				
SOURCE	SUM OF SQUARED	DF	MEAN SQUARE	F RATIO
REGRESSION	17.0209	5	3.4042	15.801
RESIDUAL	9.4791	44	0.2154	
TOTAL	26.50000	49		

c. Hasil Perhitungan Indeks Kepuasan Pelanggan

Tabel 6.6
Perhitungan Indeks Kepuasan

DIMENSI	ATRBT	Har.	Kin.	GAB	Rata2	Bbt.		WEIGHT	PxW
	1	4.40	3.60	(0.80)			Tot x	0.0447	0.1610
	2	4.30	3.60	(0.70)	4		Bbt.	0.0437	0.1573
Phisik	3	4.60	4.00	(0.60)				0.0467	0.1870
	4	4.70	3.80	(0.90)				0.0478	0.1815
	Jumlah	18.00	15.00	(3.00)	(0.75)	0.11	(0.08)		0.6868
	5	4.70	3.70	(1.00)				0.0478	0.1767
	6	4.50	3.80	(0.70)				0.0457	0.1738
Andal	7	4.70	3.70	(1.00)	5			0.0478	0.1767
	8	4.50	3.70	(0.80)				0.0457	0.1692
	9	4.60	3.70	(0.90)				0.0467	0.1730
	Jumlah	23.00	18.60	(4.40)	(0.88)	0.32	(0.28)		0.8694
	10	4.50	3.70	(0.80)				0.0457	0.1692
	11	4.60	3.40	(1.20)				0.0467	0.1589
Resp.	12	4.50	3.60	(0.90)	4			0.0457	0.1646
	13	4.50	3.50	(1.00)				0.0457	0.1601
	Jumlah	18.10	14.20	(3.90)	(0.98)	0.22	(0.21)		0.6528
	14	4.60	3.70	(0.90)				0.0467	0.1730
	15	4.70	3.90	(0.80)				0.0478	0.1863
Profsnl.	16	4.60	3.90*	(0.70)	4			0.0467	0.1823
	17	4.70	3.80	(0.90)				0.0478	0.1815
	Jumlah	18.60	15.30	(3.30)	(0.83)	0.19	(0.16)		0.7231
	18	4.30	3.40	(0.90)				0.0437	0.1486
	19	3.70	3.30	(0.40)				0.0376	0.1241
Em.	20	3.90	3.00	(0.90)	5			0.0396	0.1189
	21	4.50	3.50	(1.00)				0.0457	0.1601
	22	4.30	3.40	(0.90)				0.0437	0.1486
	Jumlah	20.70	16.60	(4.10)	(0.82)	0.16	(0.13)		0.7002
	TOTAL	98.40	79.70			1.00	(0.87)	1.0000	3.6323
	CSI								72.65
	Rata2	4.47	3.62						

d. Hasil Perhitungan *Chi - Square*

1) Pengaruh Kinerja Terhadap Tingkat Kepuasan

Tabel 6.7
Pengaruh Kinerja Terhadap Tingkat Kepuasan

ROW VARIABLE = Kinerja		COL. VARIABLE = Kepuasan			
OBSERVED PERCENTAGES					
	2	3	4	5	TOTAL
2	2.00	.00	.00	.00	2.00
3	2.00	30.00	28.00	.00	40.00
4	.00	10.00	8.00	6.00	44.00
5	4.00	2.00	4.00	8.00	14.00
TOTAL	4.00	42.00	40.00	14.00	100.00
CHI SQUARE = 51.031		D.F. = 9		PROB. = 3.797E-07	

2) Pengaruh Tingkat kepuasan Terhadap Tindakan Pengaduan ke JRP

Tabel 6.8
Pengaruh Kinerja Terhadap Perilaku Pengaduan Ke JRP

ROW VARIABLE = Kinerja		COL. VARIABLE = Perilaku			
OBSERVED PERCENTAGES					
	1	2	3	4	TOTAL
2	.00	.00	2.00	.00	2.00
3	16.00	24.00	.00	2.00	42.00
4	20.00	18.00	4.00	.00	42.00
5	12.00	2.00	.00	.00	14.00
TOTAL	48.00	44.00	6.00	2.00	100.00
CHI SQUARE = 23.882		D.F. = 9		PROB. = 4.492E-03	

d. Hasil Perhitungan *Chi - Square*

1) Pengaruh Kinerja Terhadap Tingkat Kepuasan

Tabel 6.7
Pengaruh Kinerja Terhadap Tingkat Kepuasan

ROW VARIABLE = Kinerja		COL. VARIABLE = Kepuasan			
OBSERVED PERCENTAGES					
	2	3	4	5	TOTAL
2	2.00	.00	.00	.00	2.00
3	2.00	30.00	28.00	.00	40.00
4	.00	10.00	8.00	6.00	44.00
5	4.00	2.00	4.00	8.00	14.00
TOTAL	4.00	42.00	40.00	14.00	100.00
CHI SQUARE = 51.031		D.F. = 9		PROB. = 3.797E-07	

2) Pengaruh Tingkat kepuasan Terhadap Tindakan Pengaduan ke JRP

Tabel 6.8
Pengaruh Kinerja Terhadap Perilaku Pengaduan Ke JRP

ROW VARIABLE = Kinerja		COL. VARIABLE = Perilaku			
OBSERVED PERCENTAGES					
	1	2	3	4	TOTAL
2	.00	.00	2.00	.00	2.00
3	16.00	24.00	.00	2.00	42.00
4	20.00	18.00	4.00	.00	42.00
5	12.00	2.00	.00	.00	14.00
TOTAL	48.00	44.00	6.00	2.00	100.00
CHI SQUARE = 23.882		D.F. = 9		PROB. = 4.492E-03	

3) Pengaruh Tingkat kepuasan Terhadap Perilaku Pengaduan kepada Pihak Luar

Tabel 6.9
Pengaruh Kinerja Terhadap Perilaku Pengaduan Kepada Pihak Luar

ROW VARIABLE = Kinerja		COL. VARIABLE = Perilaku				
OBSERVED PERCENTAGES						
	1	2	3	4	5	TOTAL
2	.00	2.00	.00	.00	.00	2.00
3	28.00	6.00	2.00	.00	2.00	38.00
4	36.00	6.00	2.00	2.00	0.00	46.00
5	12.00	2.00	.00	.00	.00	14.00
TOTAL	76.00	16.00	4.00	2.00	2.00	100.00
CHI SQUARE = 8.633		D.F. = 12		PROB. = 0.7339		

4) Pengaruh Tingkat Kepuasan Terhadap Perilaku Worth of Mouth

Tabel 6.10
Pengaruh Kinerja Terhadap Perilaku Worth of Mouth

ROW VARIABLE = Kinerja		COL. VARIABLE = Perilaku				
OBSERVED PERCENTAGES						
	1	2	3	4	5	TOTAL
2	2.00	.00	.00	.00	.00	2.00
3	.00	14.00	20.00	4.00	2.00	40.00
4	.00	12.00	24.00	2.00	6.00	44.00
5	.00	4.00	10.00	.00	.00	14.00
TOTAL	2.00	30.00	54.00	6.00	8.00	100.00
CHI SQUARE = 53.350		D.F. = 12		PROB. = 3.569E-07		

5) Pengaruh Tingkat Kepuasan Terhadap Perilaku Merekomendasikan JRP

Tabel 6.11
Pengaruh Kinerja Terhadap Perilaku Merekomendasikan JRP

ROW VARIABLE = Kinerja		COL. VARIABLE = Perilaku				
OBSERVED PERCENTAGES						
	2	3	4	5	TOTAL	
2	.00	.00	2.00	.00	2.00	
3	28.00	10.00	2.00	.00	40.00	
4	10.00	22.00	4.00	8.00	44.00	
5	2.00	10.00	.00	2.00	14.00	
TOTAL	40.00	42.00	8.00	10.00	100.00	
CHI SQUARE = 26.372		D.F. = 9			PROB. = 1.775E-03	

6) Pengaruh Tingkat Kepuasan Terhadap Perilaku Pembelian Produk Lain JRP

Tabel 6.12
Pengaruh Kinerja Terhadap Perilaku Pembelian Produk Lain JRP

ROW VARIABLE = Kinerja		COL. VARIABLE = Perilaku				
OBSERVED PERCENTAGES						
	1	2	3	4	5	TOTAL
2	.00	.00	.00	2.00	.00	2.00
3	4.00	30.00	4.00	2.00	.00	40.00
4	.00	22.00	12.00	2.00	8.00	44.00
5	2.00	4.00	4.00	0.00	4.00	14.00
TOTAL	6.00	56.00	20.00	6.00	12.00	100.00
CHI SQUARE = 27.764		D.F. = 12			PROB. = 5.988E-03	

7) Pengaruh Tingkat Kepuasan Terhadap Perilaku Membela JRP

Tabel 6.13
Pengaruh Kinerja Terhadap Perilaku Membela JRP

ROW VARIABLE = Kinerja		COL. VARIABLE = Perilaku				
OBSERVED PERCENTAGES						
	1	2	3	4	5	TOTAL
2	2.00	.00	.00	.00	.00	2.00
3	8.00	24.00	2.00	2.00	4.00	40.00
4	8.00	20.00	16.00	.00	.00	44.00
5	0.00	6.00	6.00	2.00	.00	14.00
TOTAL	18.00	50.00	24.00	4.00	4.00	100.00
CHI SQUARE = 17.611		D.F. = 12		PROB. = .1280		

7. ANALISIS HASIL PENELITIAN

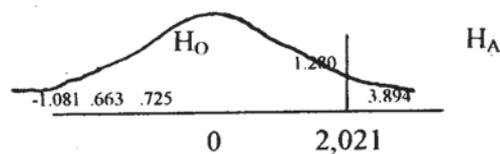
- a. Dari hasil tabulasi jawaban responden seperti terlihat pada tabel 1.1 berhubungan dengan pertanyaan dari mana mereka mengetahui JRP menunjukkan hasil :
- 40% mengetahui dari promosi surat kabar
 - 52% mengetahui dari *worth of mouth* teman atau orang tua
 - 8% lain- lain

Dari hasil jawaban diatas memperlihatkan bahwa para responden yang juga adalah peserta kursus, mengikuti kursus karena informasi yang ditularkan oleh rekan atau orang dekatnya (orang tua atau saudara). Dengan kata lain hal yang positif yang telah diberikan JRP kepada pihak lain (peserta kursus) merupakan alat promosi yang sangat besar pengaruhnya terhadap kesuksesan lembaga pengembangan kepribadian sampai saat ini.

- b. Dari hasil tabulasi pendapat para peserta tentang pertanyaan seputar kinerja JRP seperti terlihat pada tabel 1.3 mengatakan bahwa :
- 14% mengatakan sangat baik dan 44% mengatakan baik, artinya bahwa sudah lebih dari 50% dalam hal ini 58% peserta kursus mengatakan bahwa kinerja JRP baik dan hanya 2% atau 1 orang saja yang terus terang mengatakan kurang baik sedangkan lainnya (42%) mengatakan cukup baik

- c. Dari hasil tabulasi pendapat para siswa kursus tentang pertanyaan apakah mereka puas dengan pelayanan JRP seperti terlihat pada tabel 1.2 dapat dikemukakan bahwa : 14% mengatakan sangat puas dan 40% mengatakan puas, hal ini dapat diartikan bahwa lebih dari 50% dalam hal ini 54% siswa yang belajar di JRP merasakan pelayanan yang baik dan hanya 4% atau 2 orang yang mengatakan kurang baik sedangkan lainnya sebesar 42% megatakan cukup baik.
- d. Hasil analisis regresi berganda pengaruh 22 atribut dalam SERQUAL terhadap kinerja JRP dengan bantuan program MICROSTAT seperti terlihat pada tabel 6.4 dan 6.5 menunjukkan hasil sebagai berikut :

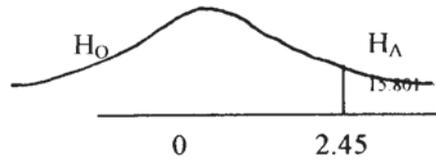
1) Hasil Uji Parsial



Gambar 7.1
Hasil Uji Hipotesi secara Parsial

- $T_{\text{tabel}} (40; 0.025) = 2.021$, dari hasil uji secara parsial ternyata hanya profsnl. saja dimana $t_{\text{hitung } 0.05} = 3.894$ nilainya diatas t_{tabel} , oleh karena itu dapat dikatakan bahwa secara parsial hanya faktor profsnl. yang berpengaruh terhadap kinerja JRP. Dalam hal ini beberapa atribut yang dapat mempengaruhi kinerja JRP adalah :
 - Perilaku karyawan yang dapat memberikan perasaan aman mengikuti kursus di JRP
 - Kesopanan para karyawan pengelola kursus
 - Keamanan dan kenyamanan para siswa selama mengikuti kursus dan
 - Pengetahuan yang mencukupi dari para personil yang terlibat dalam JRP untuk menjawab persoalan
- $r^2 = 0.2563$ (25,63%) artinya bahwa secara parsial faktor keyakinan/ profsnl. yang paling besar pengaruhnya terhadap kinerja JRP yaitu sebesar 25,63%. Faktor lain yang pengaruhnya sangat kecil adalah emphati yaitu .0099 (0.9%)

2) Hasil Uji Secara Simultan



Gambar 7.2
Hasil Uji Hipotesis secara Simultan

- $F_{\text{tabel}}(5; 44; 0.05) = 2.45$, dari hasil uji secara simultan ternyata H_0 ditolak dan H_A diterima, artinya bahwa tidak secara bersama-sama faktor fisik, keandalan, kesigapan, keyakinan/profesi dan perhatian berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.
- $R^2 = 0.6423$ (64.23%), artinya bahwa secara bersama-sama pengaruh faktor fisik, keandalan, kesigapan, keyakinan/profesi dan perhatian hanya sebesar 64,23% dapat mempengaruhi kinerja sedangkan lainnya sebesar 35.77% dipengaruhi oleh faktor lain.

3) Persamaan regresi berganda

Hasil perhitungan dengan MICROSTAT analisis regresi berganda pengaruh dimensi kualitas pelayanan seperti terlihat pada tabel 6.4 adalah :

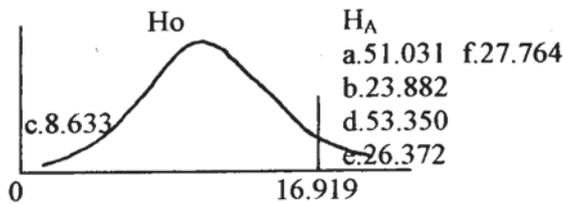
$$Y = -0.1597 + 0.7487 X_1 + e$$

Dapat dikatakan bahwa Y yang merupakan variabel dependen dalam hal ini kinerja secara signifikan hanya akan dipengaruhi oleh variabel independen yaitu profesionalisme atau tingkat keyakinan terhadap JRP, adapun nilainya sebesar 0,7487. Namun apabila tidak ada faktor profesionalisme maka kinerja JRP akan turun sebesar 0.1597 satuan dengan e sebagai faktor lain (pengganggu)

- e. Hasil analisis perbandingan antara tingkat kepentingan dengan kinerja dalam menentukan Indeks Kepuasan Peserta seperti terlihat pada tabel 6.6
Hasil perhitungan Indeks Kepuasan Peserta menunjukkan hasil sebesar 72.65% artinya bahwa tingkat kepuasan yang dihitung dengan membandingkan antara harapannya dengan kinerja perusahaan menghasilkan tingkat kepuasan sebesar 72,65. Semakin tinggi tingkat harapan atau kepentingan peserta akan mengakibatkan semakin besar pula tuntutan terhadap kinerja perusahaan untuk dapat menghasilkan tingkat kepuasan yang maksimal. Angka 72,65% ini cukup baik mengingat dari 5 hal yang mempengaruhi kinerja/kualitas pelayanan hanya 1 hal yang berpengaruh secara signifikan yaitu sikap profesionalisme/keyakinan. Peningkatan kepuasan akan berdampak pada loyalitas dan peningkatan transaksi seperti yang akan dibuktikan melalui analisis perilaku/ tindakan dibawah ini.

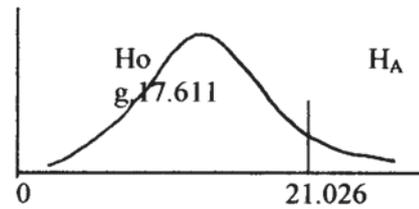
f. Hasil uji analisa variance/*chi-square* dengan MICROSTAT

Pengujian pengaruh kepuasan terhadap perilaku peserta dilakukan dengan menggunakan gambar dibawah ini (untuk butir a, b, c, d dan e menggunakan gambar 6.7 dan untuk butir g dengan menggunakan gambar 6.8)



Gambar 7.3

Uji Hipotesis *Chi Square* (D.F. 9)



Gambar 7.4

Uji Hipotesis *Chi Square* (D.F. 12)

1) Hasil analisis kinerja JRP terhadap tingkat kepuasan.

Dari hasil perhitungan *chi-square* untuk menentukan ada tidaknya keterkaitan antara kinerja perusahaan dengan tingkat kepuasan peserta seperti terlihat pada tabel 7.3 didapatkan hasil sbb. :

- a) Perhitungan *chi-square* = 51.031
- b) $\chi^2_{0.05}$, D.F. 9 = 16.919

Dari hasil perhitungan tersebut dapat untuk membuktikan bahwa H_0 (hipotesis o) ditolak, sedangkan H_A (hipotesis alternatif) diterima artinya bahwa antara kinerja perusahaan dengan tingkat kepuasan tidak saling independen atau dengan kata lain ada ketergantungan/ pengaruhnya. Sebanyak 54% peserta (40% dan 14%) mengatakan kepuasannya yaitu puas dan sangat puas dikarenakan adanya penilaian terhadap kinerja yang cukup baik, baik dan sangat baik. Hanya 4% yang mengatakan kurang puas dan dari jumlah tersebut 2% menyatakan kinerja JRP kurang baik sedangkan 2% mengatakan cukup baik.

2) Hasil analisis tingkat kepuasan terhadap tindakan pengaduan kepada JRP jika terdapat

suatu masalah seperti terlihat pada tabel 7.4.

Dari hasil perhitungan *chi-square* keterkaitan antara kepuasan dan perilaku peserta terhadap JRP menunjukkan hasil sbb. :

- a) Perhitungan *chi-square* = 23.882
- b) $\chi^2_{0.05}$ D.F. 9 = 16.919

Dari hasil perhitungan tersebut dapat untuk membuktikan bahwa H_0 ditolak, sedangkan H_A diterima artinya antara tingkat kepuasan peserta kursus dengan perilaku pengaduan terhadap manajemen/ JRP saling berhubungan. Sebanyak 92% (48% dan 44%) peserta kursus belum melakukan pengaduannya dan dari jumlah tersebut 48% tidak akan melakukan atau *take no action* dan 44% akan

melakukan atau *take some action* yang bentuknya dapat dilakukan dengan mengadu ke JRP atau kepada teman tentang pelayanan JRP.

- 3) Hasil analisis tingkat kepuasan terhadap pengaduan kepada pihak luar JRP seperti terlihat pada tabel 6.9

Dari hasil perhitungan *chi-square* keterkaitan antara tingkat kepuasan dengan perilaku peserta kursus untuk mengadukan kepada pihak luar jika menemui permasalahan dengan JRP menunjukkan hasil sbb. :

a) Perhitungan *chi-square* = 8.633

b) $\chi^2_{0.05}$ D.F.₁₂ = 16.919

dari hasil perhitungan tersebut dapat untuk membuktikan bahwa H_0 diterima, sedangkan H_A ditolak. Artinya bahwa antara peserta yang puas maupun yang tidak puas tidak ada hubungannya dengan perilaku mengadukan masalah keluar JRP. Sebagian besar tidak akan melakukan pengaduan keluar manajemen dalam hal ini melalui surat kabar jika mendapatkan masalah dengan JRP. Tercatat ada 76% responden mengatakan belum dan tidak akan melakukan, namun tetap diwaspadai kemungkinan akan adanya pengaduan keluar yaitu yang sebesar 16% dimana mereka belum melakukan namun akan melakukan.

- 4) Hasil analisis tingkat kepuasan terhadap promosi hal yang baik kepada pihak lain (*worth of mouth*) seperti terlihat pada tabel 6.10

Dari hasil perhitungan *chi-square* keterkaitan antara tingkat kepuasan dengan perilaku *worth of mouth* menunjukkan hasil sbb. :

a) Perhitungan *chi-square* = 53.350

b) $\chi^2_{0.05}$ D.F.₉ = 16.919

dari hasil perhitungan tersebut dapat untuk membuktikan bahwa H_0 ditolak, sedangkan H_A diterima artinya bahwa antara tingkat kepuasan peserta kursus dengan perilaku *worth of mouth* saling berhubungan. Semakin puas peserta maka semakin banyak akan melakukan promosi *worth of mouth*. Sebanyak 54% telah melakukan dan akan melanjutkan dan 30% yang belum melakukan dan akan melakukan. Dari 54% yang sudah melakukan semuanya merasakan kepuasannya yaitu cukup puas, puas dan sangat puas masing-masing sebesar (20%, 24% dan 10%). Oleh karena itu apabila dilihat dari tingkat loyalitas para peserta, maka dapat dikatakan bahwa JRP telah *successes* dalam memuaskan 54% peserta sedangkan 30% masih perlu dipertanyakan apakah termasuk golongan *defectors* atau *seccesses* karena mereka baru akan melakukan

- 5) Hasil analisis tingkat kepuasan terhadap perilaku merekomendasikan JRP jika diminta pihak lain seperti terlihat pada tabel 6.11

Dari hasil perhitungan *chi-square* keterkaitan antara tingkat kepuasan dengan perilaku merekomendasikan JRP kepada pihak lain menunjukkan hasil sbb.:

- a) Perhitungan *chi-square* = 26.372
 b) $\chi^2_{0.05}$ D.F.₉ = 16.919
 dari hasil perhitungan tersebut dapat untuk membuktikan bahwa H_A diterima, sedangkan H_0 ditolak artinya bahwa antara tingkat kepuasan peserta kursus dengan perilaku merekomendasikan JRP kepada pihak lain saling berhubungan. Terdapat 42% responden yang sudah melakukan jika diminta rekomendasinya tentang kursus di JRP, melebihi yang belum melakukan namun akan melakukan yaitu sebesar 40% dan sebanyak 18% (8% dan 10%) sudah melakukannya. Dengan kata lain 82% (42 % dan 40%) siap untuk memberikan rekomendasi kepada pihak lain untuk mengikuti kursus di JRP jika diminta.
- 6) Hasil analisis tingkat kepuasan terhadap pembelian produk lain yang ditawarkan JRP seperti terlihat pada tabel 6.12
 Dari hasil perhitungan *chi-square* keterkaitan antara kinerja dan tingkat kepuasan menunjukkan hasil sbb. :
 a) Perhitungan *chi-square* = 27.764
 b) $\chi^2_{0.05}$ D.F.₉ = 16.919
 dari hasil perhitungan tersebut dapat untuk membuktikan bahwa H_0 ditolak, sedangkan H_A diterima dengan kata lain bahwa antara tingkat kepuasan peserta kursus dengan perilaku melakukan pembelian produk lain yang ditawarkan JRP saling berhubungan. Sebanyak 56% peserta kursus akan melakukan pembelian ulang produk JRP jika diberikan tawaran 20% mengatakan sudah melakukan dan akan melanjutkan. Oleh karena itu terhadap 56% peserta yang merupakan calon pembeli potensial, JRP dapat mencoba untuk menawarkan produk lain.
- 7) Hasil analisis tingkat kepuasan terhadap sikap membela perusahaan seperti terlihat pada tabel 6.13.
 Dari hasil perhitungan *chi-square* keterkaitan antara kinerja dan tingkat kepuasan menunjukkan hasil sbb. :
 a) Perhitungan *chi-square* = 17.611
 b) $\chi^2_{0.05}$ D.F.₁₂ = 21.026
 dari hasil perhitungan tersebut dapat untuk membuktikan bahwa hipotesis H_0 diterima, sedangkan H_A ditolak artinya antara tingkat kepuasan peserta kursus dengan perilaku membela perusahaan tidak saling berhubungan. Dengan kata lain walaupun peserta puas namun mereka belum tentu akan membela JRP bila JRP mendapatkan masalah atau kesan negatif. Hal ini dapat dibuktikan karena hanya terdapat 24% yang sudah melakukan dan akan melanjutkan sedangkan sebanyak 68% (18% dan 50%) responden mengatakan belum melakukannya.

8. KESIMPULAN DAN SARAN KESIMPULAN

Simpulan:

- a. Sebagian besar responden mengikuti kursus pengembangan kepribadian dikarenakan faktor *worth of mouth* baik dari keluarga maupun teman
- b. Kinerja perusahaan atau kualitas pelayanan yang dihasilkan JRP lebih dikarenakan faktor keyakinan/profesional yang dicerminkan dari banyaknya peserta yang mengikuti kursus berdasarkan referensi rekan atau keluarga akan keberadaan JRP
- c. Indeks Tingkat Kepuasan peserta kursus JRP yang didapat dari membandingkan tingkat kepentingan dengan kinerjanya (*Importance-Performance Analysis*) menunjukkan angka 72,65%
- d. Terdapat hubungan yang signifikan antara kinerja perusahaan dengan tingkat kepuasan, antara kepuasan dengan pengaduan kepada JRP, antara kepuasan dengan perilaku *worth of mouth*, antara kepuasan dengan perilaku merekomendasikan. Secara % dapat disebutkan sebagai berikut : 54% peserta telah melakukan *worth of mouth* dan 30% yang akan melakukan, 42% peserta sudah merekomendasikan JRP kepada pihak lain dan 40% akan melakukan, 20% telah melakukan pembelian ulang produk dan 56% akan melakukan jika diberikan tawaran.

Adapun antara kepuasan dengan pengaduan kepada pihak luar dan antara kepuasan dengan perilaku membela perusahaan tidak terdapat hubungan yang sangat signifikan.

Saran:

Dikarenakan hal yang sangat mempengaruhi kinerja perusahaan hanya faktor keyakinan/profesionalism maka diharapkan agar masalah lain dari dimensi kualitas pelayanan seperti *emphati*, baik dari perusahaan maupun pribadi dalam hal ini karyawan JRP dapat lebih ditingkatkan agar pada akhirnya dapat lebih mempengaruhi perilaku para peserta, seperti; membela JRP jika suatu saat didapati berita negatif dan meningkatkan perilaku *worth of mouth* yang merupakan kunci kesuksesan JRP hingga saat ini.

9. DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, 1997, *Statistika Induktif*, YKPN, Yogyakarta
- Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta
- James A, Mona J, *Service Management For Competitive Advance*, 1994, McGraw-Hill Co., Singapore
- Philip, *Marketing Management*, 8th edition.

- Prentice Hall Productivity Quality Management Consultants, *Measuring Customer Satisfaction*, 2000
- Supranto, 1997, *Pengukuran Tingkat Kepuasan*, Jakarta : Rineka Cipta
- Tjiptono F, 1998, *Manajemen Jasa*, Andi, Yogyakarta.
- Valaire A. Parasuraman. Berry. Leonard L. Berry, 1990, *Delivering Quality Service*, The Free Press, New York