BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Profil Perusahaan

Cinderella School of English for Children Bandung adalah lembaga pendidikan/pengajaran Bahasa Inggris yang dirancang khusus untuk anak-anak usia TK (5-6 Tahun) hingga SMP (15 Tahun).

Didirikan dan dipimpin oleh seorang hamba Allah bernama Sudihardjo kelahiran tahun empat puluhan yang sarat dengan pengamatan dan pengalaman dalam pembangunan bangsa dan pendidikan nonformal seperti pramuka (sejak kepanduan Hizbul Waton) dan madrasah-madrasah di berbagai daerah, yang disponsori bahkan didanai oleh Haji Abdullah yang sangat peduli akan kemajuan anak-anak demi kemajuan bangsa Indonesia agar dapat sederajat dalam ilmu pengetahuan, teknologi, sosial budaya dsb, dengan bangsa-bangsa lain di dunia.

Karena bahasa Inggris adalah bahasa Internasional yang utama dan alat komunikasi dan bahasa teknologi yang dominan, maka merupakan suatu keniscayaan bagi siapapun yang berkeinginan untuk maju di era globalisasi, mau tidak mau harus menguasainya. Untuk itulah Cinderella School of English for Children Bandung eksis.

Visi

Mengambil peran aktif secara lembaga dalam mencapai bangsa Indonesia yang berpikir maju, pandai, mahir dan terampildalam segala bidang, berakhlak mulia dan betaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa. Mampu mengangkat derajat

dirinya, sanggup berkarya untuk kesejahteraan umat manusia, bukan hanya dirinya sendiri, tapi juga bagi kemanusiaan di seluruh penjuru dunia/alam semesta.

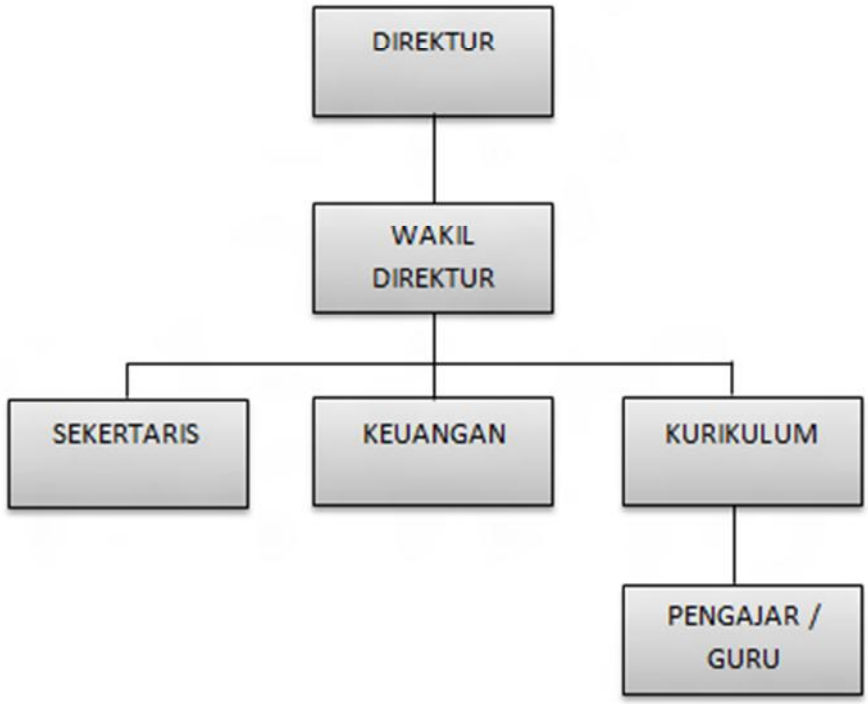
Misi

- Menuntun,membimbing anak-anak dan menjadikannya berbahasa Inggris dengan benar, fasih dan lancar baik tulisan atau terutama lisan.
- Menemukan metode-metode baru yang praktis dalam pengajaran/pendidikan bahasa Inggris untuk anak-anak.
- Melatih guru-guru baru agar dapat mengajar/mendidik anak berbahasa inggris dengan tepat.

Organisasi

Untuk mencapai visi dan misi diatas, diperlukan organisasi serta piranti yang memadai. Oleh karena itu Cinderella School of English for Children Bandung menyusun organisasi sebagai berikut:

Penyandang/pemilik bertindak sebagai Direktur Utama, dalam pelaksanaan tugas sehari-hari dilaksanakan oleh Direktur Cinderella School of English for Children, yang dibantu oleh Wakil Direktur, Sekertaris Direktur, Bendahara, Perlengkapan dan lain sebagainya dan para sekertaris cabang serta para guru/instruktur.



Sumber: Cinderella School of English for Children Bandung

Gambar 4.1
Bagan Struktur Organisasi

4.1.2 Uraian Tugas pada Cinderella School of English for Children Bandung

1. Direktur

   Direktur memegang tanggung jawab akhir dalam perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan atas seluruh aspek-aspek administrasi, keuangan dan teknik dari perusahaan, sehingga dapat menjamin tercapainya tujuan-tujuan perusahaan, yang telah digariskan badan pengawas baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang, harus bisa menciptakan dan memelihara suasana kerja yang kondusif dan menjamin

agar seluruh prosedur, peraturan dan ketentuan yang telah ditetapkan dilaksanakan dengan tertib.

2. Wakil Direktur

   Wakil Direktur bertugas untuk membantu Direktur dalam mencapai tujuan perusahaan. Wakil Direktur memegang tanngung jawab dalam pengelolaan perusahaan yang nantinya Wakil Direktur bertanggung jawab penuh kepada Direktur perusahaan. Tugas Wakil Direktur adalah mengawasi kinerja karyawan yang berada dibawah pimpinannya. Menjaga dan memelihara agar kegiatan perusahaan berdasarkan ketentuan dan standar yang berlaku di perusahaan.

3. Sekertaris

   Seorang pegawai yang bertugas membantu pimpinannya dalam memegang rahasia dan menangani pekerjaan kantor serta mengatur pekerjaan rutin di kantor.

4. Keuangan

   Keuangan bertanggung jawab atas perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan semua aspek administrasi dan keuangan perusahaan, memelihara kerjasama yang baik dengan sekertaris, bagian kurikulum danpengajar, membantu direktur utama dalam menyusun anggaran perusahaan dalam bidang teknik dan rencana pengembangan perusahaan jangka panjang dalam bidang administrasi dan keuangan serta menjamin agar seluruh prosedur, peraturan dan ketentuan dalam bidang administrasi dan keuangan yang telah ditetapkan berjalan dengan benar.

5. Kurikulum

   Kurikulum bertanggung jawab atas perencanaan dan pengawasan pelajaran, memelihara yang baik dengan guru, serta mengatur pengajaran guru dan jadwal guru mengajar dan siswa belajar, agar seluruh prosedur, peraturan dan ketentuan dalam bidang Kurikulum yang telah ditetapkan berjalan dengan benar.

6. Pengajar atau Guru

   Pengajar atau Guru bertanggung jawab atas pengajaran terhadap siswa, serta mendidik para siswa untuk menjadi lebih baik, pengajar atau guru memelihara hubungan baik dengan kurikulum, agar seluruh prosedur, peraturan dan ketentuan dalam Pengajaran yang telah ditetapkan berjalan dengan benar.

4.1.3 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah orang tua siswa Cinderella School of English for Children Bandung dan sampel yang diambil sebanyak 257 responden. Karakteristik ini mencakup jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan pengeluaran perbulan. Adapun karakteristik responden disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	70	27,23%
Perempuan	187	72,76%
Jumlah	**257**	**100%**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan hasil survey dilapangan menjelaskan bahwa responden berdasarkan jenis kelamin menunjukan bahwa responden laki-laki berjumlah 70 responden atau sebesar 27,23%, sedangkan jumlah responden perempuan berjumlah 187 responden atau sebesar 72,76%. Dengan demikian jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan jumlah responden laki-laki. Hal ini disebabkan karena yang mengantarkan siswa untuk mengikuti kursus adalah Ibu mereka, sedangkan hanya sebagian saja yang diantarkan oleh ayah mereka.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tingkat Usia	Frekuensi	Persentase
20 - 30 Tahun	63	24,51%
31 - 40 Tahun	122	47,47%
41 - 50 Tahun	54	21,01%
51 - 60 Tahun	18	7%
Jumlah	**257**	**100%**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Usia responden berdasarkan tabel 4.2 yang paling banyak pada usia 31 - 40 tahun yang berjumlah 122 responden atau sebesar 47.47%, diikuti usia 20 – 30 tahun berjumlah 63 responden atau sebesar 24,51%, usia 41 - 50 tahun berjumlah 54 responden atau sebesar 21,01%, dan usia 51 - 60 tahun berjumlah 18 responden atau sebesar 7%. Hal ini menunjukkan bahwa orang tua siswa Cinderella School of English for Children Bandung kebanyakan berkisar antara usia 31 - 40 Tahun. Usia orang tua yang beragam menunjukan bahwa semua orang tua ingin anaknya mahir berbahasa Inggris sehingga mengikuti kursus pada Cinderella School of English for Children Bandung.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD/SLTP	-	-
SMA	57	22,17%
Diploma I-III	118	45,91%
S1	66	25,68%
S2	16	6,22%
Jumlah	**257**	**100%**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel 4.3. diatas dapat diketahui bahwa latar belakang pendidikan Diploma I-III yang berjumlah 118 responden atau sebesar 45,91%, diikuti S1 yang berjumlah 66 responden atau sebesar 25,68%, SMA yang berjumlah 57 responden atau sebesar 22,17%, dan S2 yang berjumlah 16 responden atau sebesar 6,22%. Mayoritas orang tua siswa yang menjadi responden adalah yang berpendidikan Diploma I-III. Latar belakang orang tua siswa dari berbagai tingkat pendidikan, hal ini menunjukan orang tua sangat ingin memajukan anaknya dalam pendidikan bahasa Inggris.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
PNS	67	26,07%
Wiraswasta	70	27,23%
Pegawai Swasta	42	16,34%
Ibu Rumah Tangga	78	30,35%
Lainnya	-	-
Jumlah	**257**	**100%**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Tabel 4.4 menunjukan bahwa ibu rumah tangga berjumlah 78 responden atau sebesar 30,35%, wiraswasta berjumlah 70 responden atau sebesar 27,23%, PNS berjumlah 67 responden atau sebesar 26,07%, dan pegawai swasta berjumlah

42 responden atau sebesar 16,34%. Mayoritas pekerjaan responden adalah ibu rumah tangga, yang sengaja mengantarkan anak mereka untuk mengikuti kursus pada Cinderella School of English for Children.

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan

Pengeluaran Perbulan	Frekuensi	Persentase
Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	37	14.39%
Rp. 2.600.000 - Rp. 4.000.000	68	26.45%
Rp. 4.100.000 - Rp. 5.500.000	81	31.51%
Rp. 5.600.000 - Rp. 7.000.000	47	18.28%
>Rp. 7.000.000	24	9.33%
Jumlah	**257**	**100%**

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Tabel 4.5 menunjukan bahwa pengeluaran perbulan responden sebesar Rp.4.100.000 - Rp.5.500.000 berjumlah 81 responden atau sebesar 31.51%, Rp.2.600.000 - Rp.4.000.000 berjumlah 68 responden atau sebesar 26.45%, Rp.5.600.000 - Rp.7.000.000 berjumlah 47 responden atau sebesar 18.28%, Rp.1.000.000 - Rp.2.500.000 berjumlah 37 responden atau sebesar 14.39%, >Rp.7.000.000 berjumlah 24 responden atau sebesar 9.33%. Mayoritas pengeluaran orang tua siswa adalah berkisar antara Rp.4.100.000 - Rp.5.500.000 perbulan. Tingkat pengeluaran orang tua siswa perbulan yang beragam menunjukan semua orang tua sangat mementingkan anaknya untuk mengikuti kursus bahasa Inggris.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Analisis Deskriptif

Untuk mempermudah dalam memberikan penilaian terhadap data yang telah terkumpul, maka dilakukan terlebih dahulu analisis deskriptif. Analisis deskriptif menggambarkan tentang ringkasan data-data penelitian. Tahap yang dilakukan adalah melakukan penilaian terhadap data hasil tanggapan responden, dengan cara pengklasifikasian terhadap jumlah skor tanggapan responden. Jumlah skor-jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian terhadap setiap item pernyataan. Adapun penentuan kriteria penilaian skor jawaban responden didasarkan pada persentase skor aktual terhadap skor ideal, dimana skor aktual diperoleh dari tanggapan aktual responden sementara skor ideal adalah skor maksimum yang diperoleh dari 257 responden.

4.2.1.1 Kualitas Pelayanan Cinderella School of English for Children Bandung

4.2.1.1.1 Tanggapan Pelanggan Mengenai Kinerja dan Harapan Kualitas Pelayanan Cinderella School of English for Children Bandung

Berikut ini tanggapan pelanggan mengenai kualitas pelayanan Cinderella School of English for Children Bandung yang mencakup semua sub-sub indikator, dapat dilihat pada tabel 4.7 di bawah ini:

Tabel 4.7
Kinerja Kualitas Pelayanan Pada Cinderella School of English for Children Bandung

Item Pertanyaan	Skor Total	Skor Ideal	% Skor Total	Kategori
Ketersediaan modul/bahan belajar.	808	1285	62.88	Cukup Tersedia
Keluasan tempat parkir.	1001	1285	77.90	Luas
Kerapihan penampilan staf pengajar dan staf administrasi (karyawan).	1004	1285	78.13	Rapih
Kebersihan lingkungan.	808	1285	62.88	Cukup Bersih
Tangible	**3621**	**5140**	**70.45**	**Baik**
Kedisiplinan staf pengajar dalam ketepatan waktu mengajar.	1071	1285	83.35	Tepat
Kemampuan staf pengajar dalam penguasaan materi.	1055	1285	82.10	Menguasai
Reliability	**2126**	**2570**	**82.72**	**Baik**
Karyawan tanggap dalam mengatasi keluhan atau permasalahan yang dialami pelanggan.	997	1285	77.59	Tanggap
Staf administrasi (karyawan) memberikan umpan balik yang positif terhadap keluhan pelanggan.	808	1285	62.88	Cukup Memberikan
Responsiveness	**1805**	**2570**	**70.23**	**Baik**
Keramahan dalam melayani pelanggan lama maupun baru.	1071	1285	83.35	Ramah
Pengetahuan dalam memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti kepada pelanggan.	1055	1285	82.10	Dimengerti
Perhatian dalam menerima keluhan pelanggan.	997	1285	77.59	Perhatian
Assurance	**3123**	**3855**	**81.01**	**Baik**
Pemberian motivasi dari staf pengajar.	1004	1285	78.13	Memotivasi
Terjalinnya hubungan yang akrab antara pelanggan dengan staf pengajar dan karyawan.	808	1285	62.88	Cukup Akrab
Empathy	**1812**	**2570**	**70.51**	**Baik**
Kualitas Pelayanan	**12.487**	**16.705**	**74.75**	**Baik**

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa kinerja kualitas pelayanan berada pada kriteria baik, diperoleh total skor 74.75%. hal ini didasarkan pada *Tangible, Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance,* dan *Empathy* baik. Adapun skor total dimensi tertinggi pada *Reliability* yaitu skala baik dengan skor 82.72% dan terendah pada *Responsiveness* skala baik dengan skor 70.23%. Item pertanyaan dengan skor tertinggi adalah 83.35% berada pada indikator kedisiplinan dan keramahan sedangkan terendah sebesar 62.88% berada pada ketersediaan modul, kebersihan lingkungan, umpan balik karyawan dan hubungan yang terjalin dengan pelanggan. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan hal

yang sangat penting bagi perusahaan. Dimana semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Hal ini juga sesuai dengan Ruth Ammryyanti (2010:25) layanan yang berkualitas akan mengarah pada kepuasan pelanggan.

Tabel 4.8
Harapan Kualitas Pelayanan Pada Cinderella School of English for Children Bandung

Item Pertanyaan	Skor Total	Skor Ideal	% Skor Total	Kategori
Ketersediaan modul/bahan belajar.	1058	1285	82.33	Penting
Keluasan tempat parkir.	1096	1285	85.29	Sangat Penting
Kerapihan penampilan staf pengajar dan staf administrasi (karyawan).	1086	1285	84.51	Sangat Penting
Kebersihan lingkungan.	1016	1285	79.07	Penting
Tangible	**4256**	**5140**	**82.80**	**Penting**
Kedisiplinan staf pengajar dalam ketepatan waktu mengajar.	1124	1285	87.47	Sangat Penting
Kemampuan staf pengajar dalam penguasaan materi.	1080	1285	84.05	Sangat Penting
Reliability	**2204**	**2570**	**85.76**	**Sangat Penting**
Karyawan tanggap dalam mengatasi keluhan atau permasalahan yang dialami pelanggan.	1070	1285	83.27	Penting
Staf administrasi (karyawan) memberikan umpan balik yang positif terhadap keluhan pelanggan.	1026	1285	79.84	Penting
Responsiveness	**2096**	**2570**	**81.56**	**Penting**
Keramahan dalam melayani pelanggan lama maupun baru.	1013	1285	78.83	Penting
Pengetahuan dalam memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti kepada pelanggan.	1059	1285	82.41	Penting
Perhatian dalam menerima keluhan pelanggan.	1012	1285	78.75	Penting
Assurance	**3084**	**3855**	**80.00**	**Penting**
Pemberian motivasi dari staf pengajar.	1051	1285	81.79	Penting
Terjalinnya hubungan yang akrab antara pelanggan dengan staf pengajar dan karyawan.	1038	1285	80.78	Penting
Empathy	**2089**	**2570**	**81.28**	**Penting**
Kualitas Pelayanan	**13.729**	**16.705**	**82.18**	**Penting**

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa untuk harapan kualitas pelayanan yang ada di Cinderella School of English for Children Bandung menunjukan penting yaitu sebesar 82.18%, tetapi belum memenuhi kepentingan total karena tingkat kepentingan >100%. Nilai rata-rata dari setiap sub variabel menunjukan pada skala penting berada pada dimensi *Tangible*, *Responsiveness*,

Assurance, *Empathy* dan skala sangat tinggi pada *Reliability*. Dalam hal ini pelanggan memiliki harapan yang tinggi agar pihak Cinderella School of English for Children Bandung memberikan kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan sesuai dengan kinerjanya. Adapun skor total dimensi tertinggi untuk harapan berada pada *Reliability* dengan skor 85.76% yaitu skala sangat penting dan terendah pada *Empathy* dengan skor 81.28% skala penting. Item pertanyaan dengan skor tertinggi adalah 87.47% berada pada indikator kedisiplinan sedangkan terendah sebesar 78.75% berada pada perhatian menerima keluhan pelanggan.

Berikut ini akan dijelaskan tentang kinerja dan harapan dari kualitas pelayanan per sub variabel atau per dimensi.

1. *Tangible*

Tangible merupakan penampilan fisik perusahaan dapat berupa tempat parkir, kebersihan, kerapihan dan lain-lain. Berikut ini adalah hasil perhitungan tanggapan responden tentang kinerja dan kepentingan *Tangible* yang dapat dilihat pada tabel 4.9 dan tabel 4.10.

Tabel 4.9
Tanggapan Pelanggan Mengenai Kinerja *Tangible*

No	Pernyataan		1	2	3	4	5	Skor Ideal	Skor Aktual	F (%)	Kriteria
1.	Ketersediaan modul/bahan belajar.	**F**	23	3	168	40	23	1285	808	62.88	Cukup Tersedia
		(%)	8.95	1.17	65.37	15.56	8.95				
2.	Keluasan tempat parkir.	**F**	0	4	115	42	96	1285	1001	77.90	Luas
		(%)	0	1.56	44.75	16.34	37.35				
3.	Kerapihan penampilan staf pengajar dan staf administrasi (karyawan).	**F**	0	1	118	42	96	1285	1004	78.13	Rapih
		(%)	0	0.39	45.91	16.34	37.35				
4.	Kebersihan lingkungan.	**F**	23	3	168	40	23	1285	808	62.88	Cukup Bersih
		(%)	8.95	1.17	65.37	15.56	8.95				
Tangible								**5140**	**3621**	**70.45**	**Baik**

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan pada tabel 4.9 diperoleh bahwa kinerja Cinderella School of English for Children Bandung mengenai *tangible* baik, dengan frekuensi 70.45%. Hal ini menunjukan bahwa tanggapan pelanggan mengenai kinerja *tangible* baik, yang didasarkan pada ketersediaan modul cukup tersedia, tempat parkir luas, penampilan karyawan rapih dan lingkungan cukup bersih. Dari keempat pernyataan diatas frekuensi yang paling tinggi adalah kerapihan karyawan. Semua karyawan Cinderella School of English for Children Bandung selalu berpakaian rapih karena penampilan mereka dapat dilihat langsung oleh para pelanggan yang sering berinteraksi secara langsung dengan karyawan. Pelanggan akan merasa nyaman apabila mereka melihat penampilan karyawan yang rapih. Hal ini sesuai dengan pendapat Hilyannap (2011:92) karyawan yang rapih lebih membuat konsumen nyaman.

Tabel 4.10
Harapan Pelanggan Mengenai *Tangible*

No	Pernyataan		STP	TP	CP	P	SP	Skor Ideal	Skor Aktual	F (%)	Kriteria
1.	Ketersediaan modul/bahan belajar.	**F**	0	7	59	88	103	1285	1058	82.33	Penting
		(%)	0	2,72	22,96	34,24	40,08				
2.	Keluasan tempat parkir.	**F**	1	12	34	81	129	1285	1096	85.29	Sangat Penting
		(%)	0,39	4,67	13,23	31,52	50,19				
3.	Kerapihan penampilan staf pengajar dan staf administrasi (karyawan).	**F**	2	6	41	91	117	1285	1086	84.51	Sangat Penting
		(%)	0,78	2,33	15,95	35,41	45,53				
4.	Kebersihan lingkungan.	**F**	0	3	89	82	83	1285	1016	79.07	Penting
		(%)	0.00	1.17	34.63	31.91	32.30				
Tangible								**5140**	**4256**	**82.80**	**Penting**

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan pada tabel 4.10 diperoleh bahwa harapan pelanggan Cinderella School of English for Children Bandung mengenai *tangible* penting, dengan frekuensi sebesar 82.80% . Harapan pelanggan mengenai *tangible* penting yang didasarkan pada keluasan tempat parkir sangat penting, kerapihan karyawan sangat penting, dan ketersediaan modul sangat penting, sedangkan kebersihan lingkungan penting. Pihak Cinderella School of English for Children Bandung harus memperhatikan harapan konsumen mengenai *tangible* karena siswa akan merasa nyaman dalam proses belajar ketika semua harapan bisa terpenuhi. Hal ini juga sesuai dengan pendapat Syamsi (2008:19) menyatakan bahwa Bentuk fisik (*tangible*) perlu diperhatikan agar siswa dapat lebih berkonsentrasi dalam mengakui pelajaran.

2. *Reliability*

Reliability merupakan kemampuan untuk melakukan layanan yang dapat diandalkan dan akurat. Berikut ini adalah hasil perhitungan tanggapan responden tentang kinerja dan kepentingan *Reliability* yang dapat dilihat pada tabel 4.11 dan tabel 4.12.

Tabel 4.11
Tanggapan Pelanggan Mengenai Kinerja *Reliability*

No	Pernyataan		1	2	3	4	5	Skor Ideal	Skor Aktual	F (%)	Kriteria
5.	Kedisiplinan staf pengajar dalam ketepatan waktu mengajar.	**F**	3	13	32	99	110	1285	1071	83.35	Tepat
		(%)	1.17	5.06	12.45	38.52	42.80				
6.	Kemampuan staf pengajar dalam penguasaan materi.	**F**	3	12	32	118	92	1285	1055	82.10	Menguasai
		(%)	1.17	4.67	12.45	45.91	35.80				
Reliability								**2570**	**2126**	**82.72**	**Baik**

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan pada tabel 4.11 diperoleh bahwa kinerja Cinderella School of English for Children Bandung mengenai *reliability* baik, dengan frekuensi sebesar 82.72%. Hal ini menunjukan bahwa tanggapan pelanggan mengenai kinerja *reliability* baik, yang didasarkan pada staf pengajar yang tepat waktu dalam mengajar dan staf pengajar yang menguasai materi. Dengan kemampuan pengajar yang sangat baik dan didukung oleh kedisiplinan maka akan membuat pelanggan merasa puas belajar di Cinderella School of English for Children Bandung. Hal ini juga sesuai dengan pendapat Syamsi (2008:20) menyatakan bahwa bagi konsumen jasa pendidikan kehandalan dalam memberikan pelayanan dalam hal mata ajar dan jadual pembelajaran dapat membuat mereka puas.

Tabel 4.12
Harapan Pelanggan Mengenai *Reliability*

No	Pernyataan		STP	TP	CP	P	SP	Skor Ideal	Skor Aktual	F (%)	Kriteria
5.	Kedisiplinan staf pengajar dalam ketepatan waktu mengajar.	**F**	0	0	31	99	127	1285	1124	87.47	Sangat Penting
		(%)	0	0	12.06	38.52	49.42				
6.	Kemampuan staf pengajar dalam penguasaan materi.	**F**	1	11	33	102	110	1285	1080	84.05	Sangat Penting
		(%)	0.39	4.28	12.84	39.69	42.80				
Reliability								**2570**	**2204**	**85.76**	**Sangat Penting**

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan pada tabel 4.12 diperoleh bahwa harapan pelanggan Cinderella School of English for Children Bandung mengenai *reliability* sangat penting, dengan frekuensi sebesar 85.76%. Harapan pelanggan mengenai *reliability* sangat penting yang didasarkan pada kedisiplinan staf pengajar sangat penting dan kemampuan staf pengajar sangat penting. Pihak Cinderella School of English for Children Bandung harus memperhatikan harapan konsumen mengenai *reliability* karena staf pengajar merupakan hal yang utama dalam pengasaan

bahasa Inggris siswa. Apabila staf pengajar dapat diandalkan dengan baik maka siswa akan merasa mudah dalam mempelajari bahasa Inggris. Apabila pihak Cinderella School of English for Children Bandung tidak bisa memenuhi harapan pelanggan maka akan timbul rasa tidak puas. Hal ini juga sesuai dengan pendapat Syamsi (2008:20) menyatakan bahwa lembaga pendidikan yang belum memberikan pelayanan yang handal kepada siswa secara maksimal, dapat menimbulkan ketidakpuasan siswa/konsumen dalam menerima pelajaran.

3. *Responsiveness*

Responsiveness merupakan kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan. Berikut ini adalah hasil perhitungan tanggapan responden tentang kinerja dan kepentingan *Responsiveness* yang dapat dilihat pada tabel 4.13 dan tabel 4.14.

Tabel 4.13
Tanggapan Pelanggan Tingkat Kinerja *Responsiveness*

No	Pernyataan		1	2	3	4	5	Skor Ideal	Skor Aktual	F (%)	Kriteria
7.	Karyawan tanggap dalam mengatasi keluhan atau permasalahan yang dialami pelanggan.	**F**	0	4	119	38	96	1285	997	77.59	Tanggap
		(%)	0.00	1.56	46.30	14.79	37.35				
8.	Staf administrasi (karyawan) memberikan umpan balik yang positif terhadap keluhan pelanggan.	**F**	23	3	168	40	23	1285	808	62.88	Cukup Memberikan
		(%)	8.95	1.17	65.37	15.56	8.95				
Responsiveness								**2570**	**1805**	**70.23**	**Baik**

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan pada tabel 4.13 diperoleh bahwa kinerja Cinderella School of English for Children Bandung mengenai *responsiveness* baik, dengan frekuensi sebesar 70.23%. Hal ini menunjukan bahwa tanggapan pelanggan mengenai kinerja *responsiveness* baik, yang didasarkan pada karyawan tanggap dalam

mengatasi keluhan dan karyawan cukup memberikan umpan balik yang positif terhadap keluhan pelanggan. Cinderella School of English for Children Bandung harus selalu tanggap terhadap situasi dan kondisi apapun dalam memberikan pelayanan, karyawan harus tanggap dalam membantu para pelanggan yang membutuhkan bantuan dan karyawan harus selalu memberikan umpan balik yang positif agar pelanggan merasa nyaman apabila mereka membutuhkan bantuan dan memiliki keluhan. Hal ini juga sesuai dengan pendapat Aniek Indrawati (2011:33) yang menyatakan bahwa daya tanggap yang baik terutama dalam pemberian informasi pada proses pembelajaran dan ketepatan menyelesaikan masalah, sehingga membuat konsumen merasa lebih nyaman dan puas dalam memakai layanan yang disajikan oleh lembaga.

Tabel 4.14
Harapan Pelanggan Mengenai *Responsiveness*

No	Pernyataan		STP	TP	CP	P	SP	Skor Ideal	Skor Aktual	F (%)	Kriteria
7.	Karyawan tanggap dalam mengatasi keluhan atau permasalahan yang dialami pelanggan.	**F**	0	12	43	93	109	1285	1070	83.27	Penting
		(%)	0	4.67	16.73	36.19	42.41				
8.	Staf administrasi (karyawan) memberikan umpan balik yang positif terhadap keluhan pelanggan.	**F**	5	14	57	83	98	1285	1026	79.84	Penting
		(%)	1.95	5.45	22.18	32.30	38.13				
Responsiveness								**2570**	**2096**	**81.56**	**Penting**

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan pada tabel 4.14 diperoleh bahwa harapan pelanggan Cinderella School of English for Children Bandung mengenai *responsiveness* penting, dengan frekuensi sebesar 81.56%. Harapan pelanggan mengenai *responsiveness* penting yang didasarkan pada karyawan tanggap dalam mengatasi keluhan penting dan memberikan umpan balik yang positif terhadap keluhan

pelanggan penting. Pihak Cinderella School of English for Children Bandung harus memperhatikan harapan konsumen mengenai *responsiveness* karena pelanggan akan merasa senang apabila karyawan cepat tanggap dalam mengatasi keluhannya dan pelanggan akan merasa adanya tanggapan yang positif apabila mereka memiliki keluhan. Hal ini sesuai dengan pendapat Syamsi (2008:20) menyatakan bahwa cepat tanggap merupakan bentuk pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.

4. *Assurance*

Assurance meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya pelanggan. Berikut ini adalah hasil perhitungan tanggapan responden tentang kinerja dan kepentingan *Assurance* yang dapat dilihat pada tabel 4.15 dan tabel 4.16.

Tabel 4.15
Tanggapan Pelanggan Mengenai Kinerja *Assurance*

No	Pernyataan		1	2	3	4	5	Skor Ideal	Skor Aktual	F (%)	Kriteria
9.	Keramahan dalam melayani pelanggan lama maupun baru.	**F**	3	13	32	99	110	1285	1071	83.35	Ramah
		(%)	1.17	5.06	12.45	38.52	42.80				
10.	Pengetahuan dalam memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti kepada pelanggan.	**F**	3	12	32	118	92	1285	1055	82.10	Dimengerti
		(%)	1.17	4.67	12.45	45.91	35.80				
11.	Perhatian dalam menerima keluhan pelanggan.	**F**	0	4	119	38	96	1285	997	77.59	Perhatian
		(%)	0.00	1.56	46.30	14.79	37.35				
Assurance								**3855**	**3123**	**81.01**	**Baik**

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan pada tabel 4.15 diperoleh bahwa kinerja Cinderella School of English for Children Bandung mengenai *assurance* baik, dengan frekuensi sebesar 81.01%. Hal ini menunjukan bahwa tanggapan pelanggan mengenai kinerja *assurance* baik, yang didasarkan pada ramah dalam melayani pelanggan lama maupun baru, informasi yang diberikan dimengerti oleh para pelanggan dan perhatian dalam menerima keluhan pelanggan. Ketiga atribut diatas sama-sama penting dimana keramahan sangat menentukan kualitas pelayanan yang baik, pengetahuan karyawan menuntut karyawan Cinderella School of English for Children Bandung memiliki pengetahuan tentang informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan. Selain itu perhatian dalam menerima keluhan pelanggan sangat diperlukan untuk memberikan kesan yang baik dan tidak akan ada rasa kecewa dari pelanggan. Hal ini sesuai dengan pendapat Syamsi (2008:20) menyatakan bahwa layanan yang diterima pelanggan benar dan dilakukan oleh sumber daya manusia yang berkompeten di bidangnya. Reputasi penyedia jasa yang memiliki reputasi baik akan memberikan pelayanan yang berkualitas.

Tabel 4.16
Harapan Pelanggan Mengenai *Assurance*

No	Pernyataan		STP	TP	CP	P	SP	Skor Ideal	Skor Aktual	F (%)	Kriteria
9.	Keramahan dalam melayani pelanggan lama maupun baru.	**F**	5	11	60	95	86	1285	1013	78.83	Penting
		(%)	1.95	4.28	23.35	36.96	33.46				
10.	Pengetahuan dalam memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti kepada pelanggan.	**F**	0	7	55	95	100	1285	1059	82.41	Penting
		(%)	0.00	2.72	21.40	36.96	38.91				
11.	Perhatian dalam menerima keluhan pelanggan.	**F**	2	12	79	71	93	1285	1012	78.75	Penting
		(%)	0.78	4.67	30.74	27.63	36.19				
Assurance								**3855**	**3084**	**80.00**	**Penting**

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan pada tabel 4.16 diperoleh bahwa harapan pelanggan Cinderella School of English for Children Bandung mengenai *assurance* penting, dengan frekuensi sebesar 80.00%. Hal ini menunjukan harapan pelanggan mengenai *assurance* penting yang didasarkan pada pentingnya keramahan dalam melayani pelanggan, pentingnya pengetahuan dalam memberikan informasi, dan pentingnya perhatian dalam menerima keluhan pelanggan. Pihak Cinderella School of English for Children Bandung harus memperhatikan harapan konsumen mengenai *assurance* karena keramahan, pemberian informasi yang jelas dan perhatian sangat penting bagi perusahaan terutama yang bergerak di bidang jasa. Pelanggan akan merasa nyaman apabila mendapat perlakuan yang ramah dan diperhatikan sehingga akan terus memakai jasa tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Syamsi (2008:20) menyatakan bahwa *assurance* pada akhirnya akan memberikan kepuasan bagi konsumen yang memilih untuk mengonsumsi suatu jasa.

5. *Empathy*

Empathy meliputi sikap perusahaan dalam memahami kebutuhan maupun kesulitan pelanggan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan. Berikut ini adalah hasil perhitungan tanggapan responden tentang kinerja dan kepentingan *Empathy* yang dapat dilihat pada tabel 4.17 dan tabel 4.18.

Tabel 4.17
Tanggapan Pelanggan Mengenai Kinerja *Empathy*

No	Pernyataan		1	2	3	4	5	Skor Ideal	Skor Aktual	F (%)	Kriteria
12.	Pemberian motivasi dari staf pengajar.	**F**	0	1	118	42	96	1285	1004	78.13	Memotivasi
		(%)	0.00	0.39	45.91	16.34	37.35				
13.	Terjalinnya hubungan yang akrab antara pelanggan dengan staf pengajar dan karyawan.	**F**	23	3	168	40	23	1285	808	62.88	Cukup Akrab
		(%)	8.95	1.17	65.37	15.56	8.95				
Empathy								**2570**	**1812**	**70.51**	**Baik**

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan pada tabel 4.17 diperoleh bahwa kinerja Cinderella School of English for Children Bandung mengenai *empathy* baik, dengan frekuensi sebesar 70.51%. Hal ini menunjukan bahwa tanggapan pelanggan mengenai kinerja *empathy* baik, yang didasarkan pada staf pengajar motivasi siswa, dan cukup akrab terjalinnya hubungan dengan pelanggan. Dengan kemampuan pengajar yang memberikan motivasi maka suasana belajar di Cinderella School of English for Children Bandung akan mudah dipahami. Hal ini sesuai dengan pendapat Syamsi (2008:20) menyatakan bahwa perlu memberikan perhatian yang maksimal kepada siswa, agar siswa merasa diperhatikan dan dapat memotivasi siswa untuk dapat belajar lebih giat.

Tabel 4.18
Harapan Pelanggan Mengenai *Empathy*

No	Pernyataan		STP	TP	CP	P	SP	Skor Ideal	Skor Aktual	F (%)	Kriteria
12.	Pemberian motivasi dari staf pengajar.	**F**	1	7	56	97	96	1285	1051	81.79	Penting
		(%)	0.39	2.72	21.79	37.74	37.35				
13.	Terjalinnya hubungan yang akrab antara pelanggan dengan staf pengajar dan karyawan.	**F**	1	5	66	96	89	1285	1038	80.78	Penting
		(%)	0.39	1.95	25.68	37.35	34.63				
Empathy								**2570**	**2089**	**81.28**	**Penting**

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan pada tabel 4.18 bahwa harapan pelanggan Cinderella School of English for Children Bandung mengenai *empathy* penting dengan frekuensi sebesar 81.28%. Hal ini menunjukan harapan pelanggan mengenai *empathy* penting yang didasarkan pada pentingnya pemberian motivasi staf pengajar, dan pentingnya terjalin hubungan yang akrab dengan pelanggan. Hal ini sesuai dengan pendapat Syamsi (2008:19) menyatakan bahwa pelayanan empati yang dapat menciptakan kepuasan konsumen memerlukan dukungan dari setiap karyawan dalam memahami kebutuhan spesifik konsumen.

4.2.1.1.2 Tingkat Kesesuaian Antara Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan

Tingkat kesesuaian ini diperoleh dari hasil perbandingan antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan. Tingkat kinerja merupakan segala tindakan yang dilakukan perusahaan untuk mengelola usahanya. Sedangkan tingkat kepentingan merupakan tingkat harapan pelanggan akan suatu produk atau jasa, baik dari segi kualitas produk atau jasa maupun pelayanannya.

Berdasarkan uraian diatas tentang tanggapan responden terhadap kinerja dan kepentingan dapat dilihat bahwa dari ketigabelas atribut tersebut belum ada yang memenuhi harapan pelanggan karena masih dibawah 100%, sehingga pelanggan masih belum merasa puas. Secara umum rata-rata tingkat kesesuaian dari seluruh dimensi dapat dikatakan bahwa tingkat kinerja Cinderella School of English for Children relatif baik, dimana rata-rata tingkat kesesuaian terendah yaitu pada dimensi *Responsiveness* dan *Empathy* sebesar 75.89%, sedangkan yang

paling tinggi yaitu dimensi *Reliability* sebesar 84.24%. Nilai rata-rata dimensi *Tangibles* sebesar 76,62% dan dimensi *Assurance* adalah 80.50%.

Berikut ini contoh cara menghitung tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut:

$$\text{Tki} = \frac{Xi}{Yi} = \frac{808}{1058}\, x\, 100 = 76.37\%$$

Untuk perhitungan atribut lainnya dilakukan dengan cara yang sama.

Tabel 4.19
Tingkat Kesesuaian Antara Tingkat Harapan dan Tingkat Kinerja Pada Setiap Atribut Kualitas Pelayanan

No	Dimensi Kualitas Pelayanan	Skor Tingkat kepentingan	Skor Tingkat Kinerja	Tingkat Kesesuaian (%)
1.	Ketersediaan modul/bahan belajar.	1058	808	76.37
2.	Keluasan tempat parkir.	1096	1001	91.33
3.	Kerapihan penampilan staf pengajar dan staf administrasi (karyawan).	1086	1004	92.45
4.	Kebersihan lingkungan.	1016	808	79.53
Rata-rata *Tangible*		**1064**	**905.25**	**85.08**
5.	Kedisiplinan staf pengajar dalam ketepatan waktu mengajar.	1124	1071	95.28
6.	Kemampuan staf pengajar dalam penguasaan materi.	1080	1055	97.69
Rata-rata *Reliability*		**1102**	**1063**	**96.46**
7.	Karyawan tanggap dalam mengatasi keluhan atau permasalahan yang dialami pelanggan.	1070	997	93.18
8.	Staf administrasi (karyawan) memberikan umpan balik yang positif terhadap keluhan pelanggan.	1026	808	78.75
Rata-rata *Responsiveness*		**1048**	**902.5**	**86.12**
9.	Keramahan dalam melayani pelanggan lama maupun baru.	1013	1071	105.73
10.	Pengetahuan dalam memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti kepada pelanggan.	1059	1055	99.62
11.	Perhatian dalam menerima keluhan pelanggan.	1012	997	98.52
Rata-rata *Assurance*		**1028**	**1041**	**101.26**
12.	Pemberian motivasi dari staf pengajar.	1051	1004	95.53
13.	Terjalinnya hubungan yang akrab antara pelanggan dengan staf pengajar dan karyawan.	1038	808	77.84
Rata-rata *Empathy*		**1044.5**	**906**	**86.74**
Rata-rata Kualitas pelayanan		**1057.3**	**963.55**	**91.13**

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat harapan (tingkat kepuasan) menunjukan bahwa tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh Cinderella School of English for Children Bandung sebesar 91.13%, dapat diartikan bahwa para pelanggan Cinderella School of English for Children Bandung sudah merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya. Mengukur tingkat kepuasan sangat penting bagi setiap perusahaan. Apabila pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya maka pelanggan tersebut akan kembali melanjutkan memakai jasa yang sama. Tingkat kepuasan dapat digunakan untuk melihat peringkat dari atribut kualitas pelayanan dari yang terendah sampai tertinggi, sehingga dapat terlihat urutan prioritas upaya peningkatan atau perbaikan kualitas pelayanan di Cinderella School of English for Children Bandung. Dimensi tertinggi berada pada *Assurance* sedangkan terendah pada *Tangible*. Adapun urutan dari prioritas peningkatan kualitas pelayanan pada Cinderella School of English for Children dapat dilihat pada tabel 4.20 dibawah ini:

Tabel 4.20
Urutan Prioritas Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada Setiap Atribut

Prioritas ke-	Nomor Atribut	Dimensi Kualitas Pelayanan	Tingkat Kesesuaian (%)
1	1	Ketersediaan modul/bahan belajar.	76.37
2	13	Terjalinnya hubungan yang akrab antara pelanggan dengan staf pengajar dan karyawan.	77.84
3	8	Staf administrasi (karyawan) memberikan umpan balik yang positif terhadap keluhan pelanggan.	78.75
4	4	Kebersihan lingkungan.	79.53
5	2	Keluasan tempat parkir.	91.33
6	3	Kerapihan penampilan staf pengajar dan staf administrasi (karyawan).	92.45
7	7	Karyawan tanggap dalam mengatasi keluhan atau permasalahan yang dialami pelanggan.	93.18
8	5	Kedisiplinan staf pengajar dalam ketepatan waktu mengajar.	95.28
9	12	Pemberian motivasi dari staf pengajar.	95.53
10	6	Kemampuan staf pengajar dalam penguasaan materi.	97.69
11	11	Perhatian dalam menerima keluhan pelanggan.	98.52
12	10	Pengetahuan dalam memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti kepada pelanggan.	99.62
13	9	Keramahan dalam melayani pelanggan lama maupun baru.	105.73

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

4.2.1.1.3 Tingkat Harapan dan Tingkat Kinerja (*Importance Performance Analysis*)

Kualitas pelayanan pada Cinderella School of English for Children Bandung, dilihat dari segi tingkat harapan dan tingkat kinerja untuk mengukur IPA (*Importance Performance Analysis*) ini mencakup tentang *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*.

Importance Performance Analysis ditampilkan dalam diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X,Y). Dimana sumbu X (sumbu mendatar) skor tingkat kinerja, sedangkan sumbuY (sumbu tegak) skor tingkat kepentingan. Diagram ini diperlikan untuk melihat kedudukan dari ketiga belas atribut kualitas pelayanan yang diperoleh dari 257 responden Cinderella School of English for Children Bandung. Sebelumnya harus dilakukan perhitungan terlebih dahulu nilai rata-rata dari skor tingkat kepentingan dan skor tingkat kinerja yang akan diplot pada diagram kartesius. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 4.20.

Untuk menghitung nilai rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dapat dilakukan seperti contoh dibawah ini:

$$X\,i = \frac{\sum_{i}^{k} = i\,X\,i}{n} = \frac{1058}{257} = 4.12$$

$$Y\,i = \frac{\sum_{i}^{k} = i\,Y\,i}{n} = \frac{808}{257} = 3.14$$

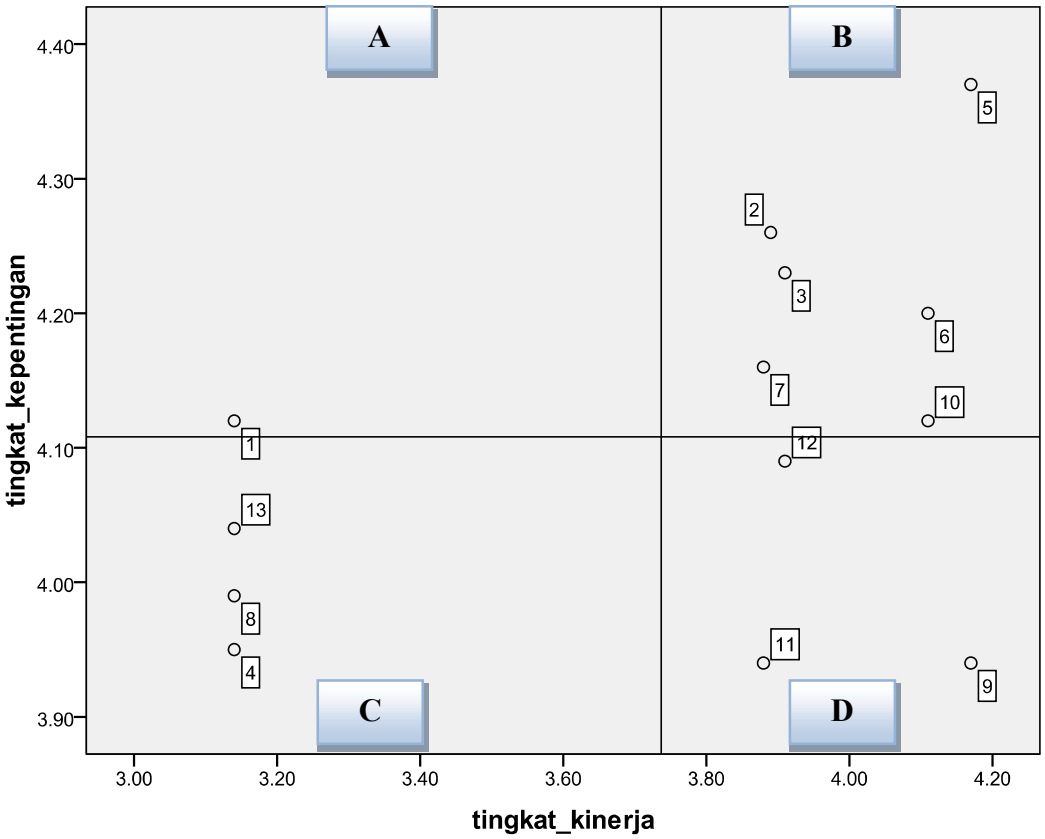
Untuk perhitungan atribut selanjutnya dilakukan dengan cara yang sama.

Tabel 4.21

Nilai Rata-rata Penilaian Tingkat Harapan dan Tingkat Kinerja pada Atribut Kualitas Pelayanan

No	Dimensi Kualitas Pelayanan	Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan (Y)	Nilai Rata-rata Tingkat Kinerja (X)
1.	Ketersediaan modul/bahan belajar.	4.12	3.14
2.	Keluasan tempat parkir.	4.26	3.89
3.	Kerapihan penampilan staf pengajar dan staf administrasi (karyawan).	4.23	3.91
4.	Kebersihan lingkungan.	3.95	3.14
5.	Kedisiplinan staf pengajar dalam ketepatan waktu mengajar.	4.37	4.17
6.	Kemampuan staf pengajar dalam penguasaan materi.	4.20	4.11
7.	Karyawan tanggap dalam mengatasi keluhan atau permasalahan yang dialami pelanggan.	4.16	3.88
8.	Staf administrasi (karyawan) memberikan umpan balik yang positif terhadap keluhan pelanggan.	3.99	3.14
9.	Keramahan dalam melayani pelanggan lama maupun baru.	3.94	4.17
10.	Pengetahuan dalam memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti kepada pelanggan.	4.12	4.11
11.	Perhatian dalam menerima keluhan pelanggan.	3.94	3.88
12.	Pemberian motivasi dari staf pengajar.	4.09	3.91
13.	Terjalinnya hubungan yang akrab antara pelanggan dengan staf pengajar dan karyawan.	4.04	3.14
Rata-rata		**4.11**	**3.74**

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)



Gambar 4.2

Diagram Kartesius

Keterangan:

1	= Ketersediaan modul	8	= Umpan balik karyawan
2	= Keluasan tempat parkir	9	= Keramahan pada pelanggan
3	= kerapihan karyawan	10	= Pengetahuan Informasi
4	= Kebersihan lingkungan	11	= Perhatian terhadap keluhan
5	= Kedisiplinan pengajar	12	= Pemberian motivasi
6	= Kemampuan pengajar	13	= Hubungan yang akrab
7	= Karyawan tanggap		

Berdasarkan diagram kartesius di atas dapat dijelaskan interpretasi sebagai berikut:

Kuadran A

Menunjukan faktor atau atribut yang dianggap penting oleh pelanggan namun tidak dilaksanakan oleh Cinderella School of English for Children Bandung pada tingkat yang diharapkan. Variabel – variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Ketersediaan Modul (1)

Dengan demikian item tersebut perlu mendapat prioritas utama untuk diperbaiki pihak Cinderella School of English for Children Bandung.

Kuadran B

Menunjukan unsur pokok yang dianggap penting dan memuaskan oleh pelanggan dan telah dilaksanakan oleh Cinderella School of English for Children Bandung dengan baik sesuai yang diharapkan pelanggan. Variabel – variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Keluasan tempat parkir (2)
- Kerapihan penampilan karyawan (3)
- Kedisiplinan staf pengajar (5)
- Kemampuan staf pengajar (6)
- Karyawan tanggap mengatasi keluhan (7)
- Pengetahuan dalam memberikan informasi (10)

Dengan demikian item-item tersebut perlu dipertahankan kinerjanya oleh pihak Cinderella School of English for Children Bandung.

Kuadran C

Menunjukan beberapa faktor dianggap rendah pengaruhnya oleh pelanggan dan oleh pihak Cinderella School of English for Children Bandung tidak dilaksanakan pada tingkat yang diharapkan. Variabel – variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Kebersihan lingkungan (4)
- Karyawan memberikan umpan balik positif (8)
- Terjalinnya hubungan yang akrab denagn pelanggan (13)

Dengan demikian meskipun item-item tersebut prioritasnya rendah namun tetap harus diperhatikan pihak Cinderella School of English for Children Bandung agar sesuai dengan harapan pelanggan.

Kuadran D

Menunjukan faktor yang dianggap tidak penting oleh pelanggan tetapi pelayanan yang diberikan Cinderella School of English for Children Bandung berlebihan. Variabel–varibel yang termasuk dalam kudran ini adalah:

- Keramahan pada pelanggan (9)
- Perhatian dalam menerima keluhan (11)
- Pemberian motivasi (13)

Pada atribut ini telah menunjukan kinerja yang sudah sangat baik dan dapat lebih memfokuskan pada atribut-atribut lain yang masih perlu ditingkatkan kualitas pelayanannya dengan tetap memperhatikan pelaksanaannya agar mampu bertahan terhadap pesaing lain.

4.2.1.2 Kepercayaan Cinderella School of English for Children Bandung

Berikut ini tanggapan pelanggan tentang Kepercayaan pada Cinderella School of English for Children Bandung, dapat dilihat pada tabel 4.22 dibawah ini:

Tabel 4.22

Kepercayaan Pada Cinderella School of English for Children Bandung

Item Pertanyaan	Skor Total	Skor Ideal	% Skor Total	Kategori
Cinderella School of English for Children memiliki reputasi yang baik.	1001	1285	77.90	Setuju
Reputasi Cinderella School of English for Children dapat dipercaya.	1004	1285	78.13	Setuju
Probity	**2005**	**2570**	**78.02**	**Tinggi**
Cinderella School of English for Children memiliki kepedulian terhadap siswa.	808	1285	62.88	Ragu-ragu
Cinderella School of English for Children peduli terhadap kemajuan kemampuan siswa.	1071	1285	83.35	Setuju
Equity	**1879**	**2570**	**73.11**	**Tinggi**
Dengan mengikuti kursus di Cinderella School of English for Children akan dapat menguasai bahasa Inggris dengan tepat.	1055	1285	82.10	Setuju
Dengan mengikuti kursus di Cinderella School of English for Children akan dapat menguasai bahasa Inggris dengan cepat.	997	1285	77.59	Setuju
Realibility	**2052**	**2570**	**79.84**	**Tinggi**
Kepercayaan	**5936**	**7710**	**76.99**	**Tinggi**

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel 4.22 diatas menunjukan bahwa kepercayaan pada Cinderella School of English for Children Bandung tinggi, dengan frekuensi sebesar 76.99%. Dimensi tertinggi pada *Realibility* tinggi dengan skor 79.84% dan terendah pada *Equity* tinggi dengan skor 73.11%. Agar perusahaan bisa bertahan maka harus mendapatkan kepercayaan yang besar dari pelanggannya, untuk itu maka Cinderella School of English for Children Bandung harus terus meningkatkan kinerjanya agar terus mendapatkan kepercayaan dari pelanggannya. Hal ini sesuai dengan pendapat Dedi S Soegoto (2009:79) menyatakan bahwa perusahaan sebaiknya memberikan nilai pada produk/jasa yang diberikan yang

mengandung unsur kepercayaan kepada konsumen. Bagi konsumen yang sudah merasa percaya maka emosinya akan tergugah dan akan menyebabkan konsumen komit kepada perusahaan. Oleh karena itu sangat penting membangun kepercayaan terhadap konsumen.

Berikut ini gambaran tanggapan responden terghadap masing-masing indikator yang mengacu pada *Probity, Equity* dan *Realibility*.

1. *Probity*

Salah satu alat ukur untuk kepercayaan adalah *Probity* dan berikut adalah hasil perhitungan yang diperoleh dari tanggapan responden yang dapat dilihat pada tabel 4.23 dibawah ini:

Tabel 4.23
Tanggapan Pelanggan Mengenai *Probity*

No	Pernyataan		STS	TS	RR	S	SS	Skor Ideal	Skor Aktual	F (%)	Kriteria
14.	Cinderella School of English for Children memiliki reputasi yang baik.	**F**	0	4	115	42	96	1285	1001	77.90	Setuju
		(%)	0	1.56	44.75	16.34	37.35				
15.	Reputasi Cinderella School of English for Children dapat dipercaya.	**F**	0	1	118	42	96	1285	1004	78.13	Setuju
		(%)	0.00	0.39	45.91	16.34	37.35				
Probity								**2570**	**2005**	**78.02**	**Tinggi**

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan pada tabel 4.23 diatas menunjukan bahwa *Probity* yang dirasakan pelanggan Cinderella School of English for Children Bandung tinggi, sebesar 78.02%. Hal ini didasarkan pada pernyataan pelanggan pada setiap atribut pertanyaan dengan skala setuju. Maka dapat diketahui bahwa tanggapan pelanggan untuk *Probity* di Cinderella School of English for Children Bandung tinggi. Ini menunjukan bahwa Cinderella School of English for Children Bandung memiliki reputasi yang baik dan dapat dipercaya. Reputasi merupakan hal yang

penting bagi perusahaan karena pelanggan yang menggunakan jasa pendidikan bahasa Inggris di Cinderella School of English for Children Bandung akan percaya pada perusahaan apabila memiliki reputasi yang baik. Pihak Cinderella School of English for Children Bandung harus bisa mempertahankan reputasi yang sudah baik di mata masyarakan agar bisa terus mendapatkan kepercayaan dari para pelanggannya. Hal ini sesuai dengan pendapat Dedi S Soegoto (2009:82) menyatakan bahwa kredibilitas perusahaan berhubungan dengan reputasi yang dicapai perusahaan dipasar dan merupakan landasan untuk hubungan yang kuat. Sulit bagi perusahaan untuk mengembangkan ikatan yang kuat dengan perusahaan lain atau konsumen jika terlihat tidak bisa dipercaya.

2. *Equity*

Salah satu alat ukur untuk kepercayaan adalah *Equity* dan berikut adalah hasil perhitungan yang diperoleh dari tanggapan responden yang dapat dilihat pada tabel 4.24 dibawah ini:

Tabel 4.24
Tanggapan Pelanggan Mengenai *Equity*

No	Pernyataan		STS	TS	RR	S	SS	Skor Ideal	Skor Aktual	F (%)	Kriteria
16.	Cinderella School of English for Children memiliki kepedulian terhadap siswa.	**F**	23	3	168	40	23	1285	808	62.88	Ragu-ragu
		(%)	8.95	1.17	65.37	15.56	8.95				
17.	Cinderella School of English for Children peduli terhadap kemajuan kemampuan siswa.	**F**	3	13	32	99	110	1285	1071	83.35	Setuju
		(%)	1.17	5.06	12.45	38.52	42.80				
Equity								**2570**	**1879**	**73.11**	**Tinggi**

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan pada tabel 4.24 diatas dapat dilihat bahwa *Equity* di Cinderella School of English for Children Bandung tinggi sebesar 73.11%. Hal ini menunjukan bahwa tanggapan pelanggan mengenai *Equity* tinggi, yang didasarkan pada Cinderella School of English for Children Bandung memiliki kepedulian terhadap siswa dan Cinderella School of English for Children Bandung memiliki kepedulian terhadap siswa. Cinderella School of English for Children Bandung peduli terhadap peningkatan kemampuan para siswanya dengan terus diadakannya evaluasi untuk mengetahui perkembangan kemampuan para siswa. Kepeduliaan perusahaan kepada pelanggannya sangat penting, karena apabila pelanggan merasa perusahaan peduli terhadap mereka maka akan timbul rasa percaya terhadap perusahaan.

3. *Realibility*

Salah satu alat ukur untuk kepercayaan adalah *Realibility* dan berikut adalah hasil perhitungan yang diperoleh dari tanggapan responden yang dapat dilihat pada tabel 4.24 dibawah ini:

Tabel 4.25
Tanggapan Pelanggan Mengenai *Realibility*

No	Pernyataan		STS	TS	RR	S	SS	Skor Ideal	Skor Aktual	F (%)	Kriteria
18.	Dengan mengikuti kursus di Cinderella School of English for Children akan dapat menguasai bahasa Inggris dengan tepat.	**F**	3	12	32	118	92	1285	1055	82.10	Setuju
		(%)	1.17	4.67	12.45	45.91	35.80				
19.	Dengan mengikuti kursus di Cinderella School of English for Children akan dapat menguasai bahasa Inggris dengan cepat.	**F**	0	4	119	38	96	1285	997	77.59	Setuju
		(%)	0.00	1.56	46.30	14.79	37.35				
Realibility								**2570**	**2052**	**79.84**	**Tinggi**

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan pada tabel 4.25 diatas tanggapan pelanggan untuk *Realibility* di Cinderella School of English for Children Bandung tinggi sebesar 79.84%. Hal ini menunjukan bahwa tanggapan pelanggan mengenai *Realibility* tinggi, yang didasarkan dengan mengikuti kursus di Cinderella School of English for Children Bandung akan dapat menguasai bahasa Inggris dengan tepat dan dengan mengikuti kursus di Cinderella School of English for Children Bandung akan dapat menguasai bahasa Inggris dengan cepat.

4.2.1.3 Kewajaran Harga Cinderella School of English for Children Bandung

Kewajaran harga di Cinderella School of English for Children diukur menggunakan 4 sub variabel yang mencakup harga yang ditetapkan sudah wajar, sesuai dengan fasilitas yang ada, dapat diterima oleh pelanggan dan Cinderella School of English for Children Bandung, melakukan pemberitahuan perubahan harga setiap kali ada perubahan. Berikut ini gambaran tanggapan responden terhadap kewajaran harga dapat dilihat pada tabel 4.26.

Tabel 4.26
Tanggapan Responden Mengenai Kewajaran Harga

No	Pernyataan		STS	TS	RR	S	SS	Skor Ideal	Skor Aktual	F (%)	Kriteria
20.	Harga yang ditetapkan sudah wajar.	**F**	0	8	28	114	107	1285	1091	84,90	Setuju
		(%)	0.00	3.11	10.89	44.36	41.63				
21.	Harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan fasilitas yang ada.	**F**	38	57	81	52	29	1285	748	58,21	Ragu-ragu
		(%)	14.79	22.18	31.52	20.23	11.28				
22.	Harga yang ditetapkan dapat diterima oleh pelanggan.	**F**	0	4	115	42	96	1285	1001	77,90	Setuju
		(%)	0.00	1.56	44.75	16.34	37.35				
23.	Cinderella School of English for Children melakukan pemberitahuan perubahan harga setiap kali ada perubahan.	**F**	0	1	118	42	96	1285	1004	78,13	Setuju
		(%)	0.00	0.39	45.91	16.34	37.35				
Kewajaran Harga								**5140**	**3844**	**74,79**	**Wajar**

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan pada tabel 4.26 diatas diketahui harga di Cinderella School of English for Children Bandung wajar, dengan frekuensi sebesar 74.79%. Hal ini menunjukan bahwa tanggapan pelanggan mengenai harga wajar, yang didasarkan pada harga yang ditetapkan sudah wajar, harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan fasilitas yang ada, dapat diterima oleh pelanggan, dan Cinderella School of English for Children Bandung melakukan pemberitahuan setiap kali ada perubahan harga. Harga merupakan faktor yang penting dan sangat sensitif bagi para pelanggan, apabila pelanggan merasa tidak adanya kewajaran harga maka mereka akan berfikir ulang untuk melanjutkan memakai jasa Cinderella School of English for Children Bandung. Hal ini sesuai dengan pendapat Rahyuda & Atmaja (2011:390) menyatakan bahwa ketidaksesuaian harga menyebabkan pelanggan tidak mempunyai keinginan untuk mencoba jasa lain yang perusahaan tetapi memilih alternatif perusahaan lainnya.

4.2.1.4 Loyalitas Pelanggan Cinderella School of English for Children Bandung

Loyalitas pelanggan Cinderella School of English for Children Bandung diukur menggunakan 4 sub variabel yang mencakup menggunakan kembali jasa, memakai lini jasa lain, menunjukan kekebalan daya tarik produk sejenis dari pesaing dan mereferensikan kepada orang lain. Berikut ini gambaran tanggapan responden terhadap loyalitas pelanggan dapat dilihat pada tabel 4.27.

Tabel 4.27

Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan

No	Pernyataan		STS	TS	RR	S	SS	Skor Ideal	Skor Aktual	F (%)	Kriteria
24.	Anda akan menggunakan kembali jasa Cinderella School of English for Children.	**F**	0	4	115	42	96	1285	1001	77,90	Setuju
		(%)	0	1.56	44.75	16.34	37.35				
25.	Anda akan memakai jasa lain di Cinderella School of English for Children.	**F**	0	1	118	42	96	1285	1004	78,13	Setuju
		(%)	0.00	0.39	45.91	16.34	37.35				
26.	Anda akan menolak kursus bahasa Inggris di tempat lain.	**F**	23	3	168	40	23	1285	808	62,88	Ragu-ragu
		(%)	8.95	1.17	65.37	15.56	8.95				
27.	Anda akan merekomendasikan Cinderella School of English for Children kepada orang lain.	**F**	3	13	32	99	110	1285	1071	83,35	Setuju
		(%)	1.17	5.06	12.45	38.52	42.80				
Loyalitas Pelanggan								**5140**	**3884**	**75,56**	**Loyal**

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan pada tabel 4.27 diatas dapat diketahui loyalitas pelanggan Cinderella School of English for Children Bandung loyal, dengan frekuensi sebesar 75.56%. Hal ini menunjukan bahwa pelanggan loyal, yang didasarkan pada menggunakan kembali jasa Cinderella School of English for Children Bandung, memakai jasa lain di Cinderella School of English for Children Bandung, menolak kursus bahasa Inggris di tempat lain dan merekomendasikan Cinderella School of English for Children Bandung kepada orang lain. Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, untuk itu Cinderella School of English for Children Bandung harus bisa mempertahankan pelanggannya. Hal ini sesuai dengan pendapat Ellys dkk (2008:46) menyatakan bahwa dalam membangun sebuah loyalitas konsumen itu sangatlah sulit, apabila kita sudah mendapatkan konsumen yang loyal, kita harus mempertahankan dengan segala cara.

Tanggapan responden mengenai Kualitas Pelayanan menunjukan hasil baik, Kepercayaan tinggi, Harga yang ditetapkan wajar dan pelanggan loyal. Hasil penelitian secara keseluruhan berbeda dengan hasil survey awal yang dilakukan oleh peneliti. Hal ini dikarenakan pada survey awal, penelitian dilakukan kepada 30 orang responden orang tua siswa yang disebar di 3 cabang yang ada dan pada setiap cabang hanya 10 orang responden orang tua siswa.

Adapun untuk hasil penelitian secara keseluruhan dilakukan pada 257 responden orang tua siswa sesuai dengan jumlah sampel pada penelitian ini. Penelitian yang dilakukan pada semua responden sesuai dengan jumlah sampel penelitian yaitu sebanyak 257 responden menghasilkan jawaban yang beragam sehingga hasil yang diperoleh cukup mewakili dari jumlah populasi penelitian.

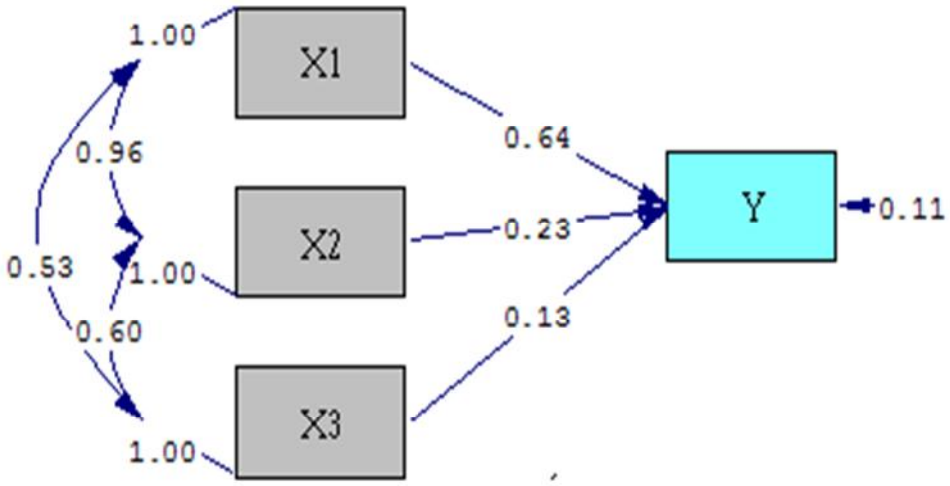
4.2.2 Analisis Verifikatif

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada setiap instrument kuesioner, maka dari data yang diperoleh akan dipergunakan untuk menganalisis dan menguji rumusan hipotesis penelitian dengan menggunakan *Path Analysis*. Data yang akan diolah adalah variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kewajaran Harga dan Loyalitas Pelanggan. Pengolahan data tersebut menggunakan *software* Lisrel Ver 8.8. Hasil gambar mengenai pengaruh struktural dan koefisien jalur keseluruhan variabel sebagai berikut :

Gambar 4.3

Path Diagram Variabel

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan



4.2.2.1 Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepercayaan, Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kewajaran Harga, dan Hubungan antara Kepercayaan dengan Kewajaran Harga

Untuk mengetahui keeratan hubungan antara Kualitas Pelayanan (X_1) dengan Kepercayaan (X_2), hubungan antara Kualitas Pelayanan (X_1) dengan Kewajaran Harga (X_3), dan hubungan antara Kepercayaan (X_2) dengan Kewajaran Harga (X_3) bisa dilihat dari Correlation Matrix dibawah ini:

Correlation Matrix

	Y	X1	X2	X3
Y	1.00000			
X1	0.93100	1.00000		
X2	0.92300	0.95900	1.00000	
X3	0.61000	0.53400	0.60500	1.00000

Correlation Matrix menampilkan korelasi atau hubungan diantara variabel dimana korelasi antara variabel X_1 dan X_2 adalah sebesar 0.959. Ini menunjukan Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan mempunyai hubungan sebesar 0.959. Korelasi yang positif menunjukan bahwa hubungan diantara variabel searah. Artinya, semakin tinggi Kualitas Pelayanan maka Kepercayaan akan semakin tinggi pula. Hal ini sesuai dengan pendapat Mulyo dan Ukudi (2007: 225) menyatakan bahwa kualitas layanan yang mendorong meningkatnya kepercayaan.

Korelasi atau hubungan diantara variabel X_1 dan X_3 adalah sebesar 0.534. Ini menunjukan Kualitas Pelayanan dan Kewajaran Harga mempunyai hubungan sebesar 0.534. Korelasi yang positif menunjukan bahwa hubungan diantara variabel searah. Artinya, semakin tinggi Kualitas Pelayanan maka Kewajaran Harga akan semakin tinggi pula. Hal ini sesuai dengan pendapat Isman Pepadri (2002:17) dalam penelitiannya menyatakan harga dan persepsi kualitas mempunyai hubungan yang positif, yaitu semakin mahal harga produk tersebut maka akan mencerminkan kualitas. Kewajaran harga dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang diterima pelanggan.

Korelasi atau hubungan diantara variabel X_2 dan X_3 adalah sebesar 0.605. Ini menunjukan Kepercayaan dan Kewajaran Harga mempunyai hubungan sebesar 0.605. Korelasi yang positif menunjukan bahwa hubungan diantara variabel searah. Artinya, semakin tinggi Kepercayaan maka Kewajaran Harga akan semakin tinggi pula. Hal ini sesuai dengan pendapat Lewicki and Bunker (1995) menyatakan bahwa kepercayaan terhadap perusahaan memiliki efek positif pada kewajaran harga.

4.2.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan baik secara Simultan maupun Parsial

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan digunakan analisis jalur. Variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga sebagai variabel independen (variabel eksogen) dan variabel Loyalitas Pelanggan sebagai variabel dependen (variabel endogen). Untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dihitung koefisien pengaruh.

Diperoleh dari hasil perhitungan koefisien jalur seperti terlihat pada persamaan struktural hasil Lisrel dan diagram struktur jalur berikut :

Structural Equations

```
Y = 0.64457*X1 + 0.22721*X2 + 0.12833*X3, Errorvar.= 0.11190    , R² = 0.88810
   (0.075813)    (0.080504)    (0.026985)              (0.0099493)
    8.50210       2.82239       4.75582                 11.24722
```

Model persamaan di atas merupakan model struktural yang yang menunjukan bahwa variabel X_1, X_2 dan X_3 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y dengan R^2 sebesar 0,88. Artinya besar pengaruh variabel X_1, X_2 dan X_3 secara bersama-sama terhadap variabel Y adalah 88%. Hal ini menunjukan bahwa Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 0,88%. Sisanya pengaruh faktor-faktor lain adalah sebesar 12% diluar penelitian ini.

Pengaruh secara parsial X_1 terhadap Y, X_2 terhadap Y dan X_3 terhadap Y bisa dilihat dari persamaan struktural diatas, namun untuk lebih jelasnya dari matrix Gamma berikut ini:

GAMMA

	X1	X2	X3
Y	0.64457	0.22721	0.12833

Matrix Gamma menunjukan pengaruh variabel eksogen (independen) terhadap variabel endogen (dependen). Sehingga dari matrix Gamma diatas dapat diketahui bahwa pengaruh variabel X_1 terhadap Y adalah sebesar 0.644, pengaruh variabel X_2 terhadap Y adalah sebesar 0.227 dan pengaruh variabel X_3 terhadap Y adalah sebesar 0.128. Hal ini menunjukan bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan adalah sebesar 0.644, ini berarti bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan pada pelanggan Cinderella School of English for Children Bandung maka akan semakin tinggi loyalitas pelanggan, sebaliknya bila kualitas layanan yang diberikan rendah, maka loyalitas pelanggan juga akan semakin rendah. Hal ini sesuai dengan penelitian Ruth Amryyanti (2010:25) Penemuan menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan faktor yang secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan adalah sebesar 0.227, ini berarti bahwa semakin tinggi kepercayaan pelanggan Cinderella School of English for Children Bandung maka akan semakin tinggi loyalitas pelanggan, sebaliknya bila kepercayaan rendah, maka loyalitas pelanggan juga akan semakin

rendah. Hal ini sesuai dengan penelitian Nurul Widyawati (2006:94) kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Pengaruh Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan adalah sebesar 0.128, Ini berarti bahwa semakin tinggi kewajaran harga Cinderella School of English for Children Bandung maka akan semakin tinggi loyalitas pelanggan, sebaliknya bila kewajaran harga rendah, maka loyalitas pelanggan juga akan semakin rendah. Hal ini sesuai dengan penelitian Consuegra et al. (2007) yang menyatakan kewajaran harga yang dirasakan secara positif berhubungan dengan loyalitas pelanggan.

4.2.2.3 Uji Hipotesis

Untuk menguji apakah Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan selanjutnya dilakukan uji hipotesis secara statistik.

Pengujian hipotesis dilakukan dalam tiga tahapan yaitu pengujian hubungan antara Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga, pengujian secara simultan untuk mengetahui kebermaknaan pengaruh secara bersama-sama Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dan pengujian secara parsial untuk mengetahui kebermaknaan pengaruh masing-masing variabel eksogen Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.

1. Pengujian Hubungan dengan uji Z

   a. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepercayaan

   Untuk menguji apakah variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan mempunyai hubungan positif atau negatif, maka dilakukan pengujian statistik z.

   $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, Artinya, tidak terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepercayaan.

   $H_1 : \beta_i \neq 0$, Artinya, terdapat hubungan positif kualitas pelayanan dengan kepercayaan.

   Taraf signifikansi (α) : 0,05

   Kriteria uji : - tolak H_0 jika nilai $Z\text{-}_{hitung} > Z\text{-}_{tabel}$

   - terima H_a jika nilai $Z\text{-}_{hitung} < Z\text{-}_{tabel}$

   Berdasarkan hasil lisrel, dapat diketahui nilai $r_{x1.x2}$ sebesar 0,959, maka nilai r adalah $\sqrt{0,959}$ = 0,979. Dengan p0 = 0 dan n = 257. Maka perhitungan untuk nilai z adalah:

$$Z = \sqrt{\frac{n-3}{z}}\, In\left[\frac{(1+r)\square(1-p0)}{(1-r)\square(1+p0)}\right.$$

   Z = 11,27 ln 94,23

   Z = 51,23

   Dari hasil perhitungan di atas didapat nilai Z yaitu 51,23. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai Z tabel. Dengan α = 0,05, $Z_{tabel} = Z_{\alpha/2} = Z_{0,025}$ = 1,96. Dari nilai-nilai di atas, diketahui nilai Z hitung (51,23) > Z tabel (1,96), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, nilai Z bertanda positif

menunjukkan hubungan yang terjadi antara kualitas pelayanan dengan kepercayaan adalah searah, kualitas pelayanan mencakup seberapa besar kepercayaan yang ada. Nilai 51,23 menunjukkan bahwa dengan asumsi variabel X_1 (Kualitas Pelayanan) konstan artinya terdapat hubungan positif antara Kualitas Pelayanan (X_1) dengan Kepercayaan (X_2).

b. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kewajaran Harga

Untuk menguji apakah variabel kualitas pelayanan dan kewajaran harga mempunyai hubungan positif atau negatif, maka dilakukan pengujian statistik z.

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, Artinya, tidak terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kewajaran harga.

$H_1 : \beta_i \neq 0$, Artinya, terdapat hubungan positif kualitas pelayanan dengan kewajaran harga.

Taraf signifikansi (α) : 0,05

Kriteria uji : - tolak H_0 jika nilai $Z\text{-}_{hitung} > Z\text{-}_{tabel}$,

- terima H_a jika nilai $Z\text{-}_{hitung} < Z\text{-}_{tabel}$

Berdasarkan hasil lisrel, dapat diketahui nilai $r_{x1.x3}$ sebesar 0,534, maka nilai r adalah $\sqrt{0,534}$ = 0,730. Dengan p0 = 0 dan n = 257. Maka perhitungan untuk nilai z adalah:

$$Z = \sqrt{\frac{n-3}{z}}\, In\left[\frac{(1+r) \square (1-p0)}{(1-r) \square (1+p0)}\right.$$

Z = 11,27 ln 6,40

Z = 20,92

Dari hasil perhitungan di atas didapat nilai Z yaitu 20,92. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai Z tabel. Dengan $\alpha = 0,05$, $Z_{tabel} = Z_{\alpha/2} = Z_{0,025} = 1,96$. Dari nilai-nilai di atas, diketahui nilai Z hitung (20,92) > Z tabel (1,96), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, nilai Z bertanda positif menunjukkan hubungan yang terjadi antara kualitas pelayanan dengan kewajaran harga adalah searah, kualitas pelayanan mencakup seberapa besar harga dianggap wajar. Nilai 20,92 menunjukkan bahwa dengan asumsi variabel X_1 (Kualitas Pelayanan) konstan artinya terdapat hubungan positif antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kewajaran Harga (X_2).

c. Hubungan Kepercayaan dengan Kewajaran Harga

Untuk menguji apakah variabel kepercayaan dan kewajaran harga mempunyai hubungan positif atau negatif, maka dilakukan pengujian statistik z.

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, Artinya, tidak terdapat hubungan positif antara kepercayaan dengan kewajaran harga.

$H_1 : \beta_i \neq 0$, Artinya, terdapat hubungan positif kepercayaan dengan kewajaran harga.

Taraf signifikansi (α) : 0,05

Kriteria uji :
- tolak H_0 jika nilai $Z\text{-}_{hitung} > Z\text{-}_{tabel}$,
- terima H_a jika nilai $Z\text{-}_{hitung} < Z\text{-}_{tabel}$

Berdasarkan hasil lisrel, dapat diketahui nilai $r_{x2.x3}$ sebesar 0,605, maka nilai r adalah $\sqrt{0,605}$ = 0,778. Dengan p0 = 0 dan n = 257. Maka perhitungan untuk nilai z adalah:

$$Z = \sqrt{\frac{n-3}{z}}\, In[\frac{(1+r) \square (1-p0)}{(1-r) \square (1+p0)}$$

Z = 11,27 ln 8,01

Z = 23,45

Dari hasil perhitungan di atas didapat nilai Z yaitu 23,45. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai Z tabel. Dengan α = 0,05, $Z_{tabel} = Z_{\alpha/2} = Z_{0,025}$ = 1,96. Dari nilai-nilai di atas, diketahui nilai Z hitung (23,45) > Z tabel (1,96), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, nilai Z bertanda positif menunjukkan hubungan yang terjadi antara kepercayaan dengan kewajaran harga adalah searah, kepercayaan mencakup seberapa besar harga dianggap wajar. Nilai 23,45 menunjukkan bahwa dengan asumsi variabel X_2 (Kepercayaan) konstan artinya terdapat hubungan positif antara Kepercayaan (X_2) dengan Kewajaran Harga (X_3).

2. Pengujian Pengaruh secara bersama-sama dengan uji F

Untuk pengujian pengaruh secara bersama-sama dilakukan pengujian simultan dengan Uji F. Hipotesis statistik yang diuji adalah:

- Ho: $P_{yx1} = P_{yx2} = P_{yx3} = 0$

  (Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan).

- H1: Pyxi ≠ 0

  (Terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan).

Pengujian hipotesis tersebut dilakukan melalui statistik uji F. Penentuan hasil pengujian (penerimaan atau penolakan H_0) dapat dilakukan dengan membandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan tolak H_0 jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel}.

Hasil Statistik uji untuk menguji pengaruh secara keseluruhan adalah:

$$F = \frac{(n\text{-}k\text{-}1)\times R^2_{YX_1X_2X_3}}{k\times(1\text{-}R^2_{YX_1X_2X_3})}$$

$$F = \frac{(257 - 3 - 1)\,x\,0{,}89}{3\,x\,(1 - 0{,}89)} = 682{,}3$$

Dari tabel diperoleh nilai F_{tabel} untuk derajat bebas (df1) = banyaknya variabel eksogen = 3 dan derajat bebas (df2) = n–k–1 = 257–3–1 sebesar $F_{[0,05;3;253]} = 2{,}64$.

Tabel 4.28

Hasil Pengujian Hipotesa dengan Uji F

Variabel	F_{hitung}	F_{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga	682,3	2,64	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian (2014)

Karena $F_{hitung} = 682{,}3 > F_{tabel} = 2{,}64$ maka keputusan uji adalah hipotesis nol ditolak. Hasil uji dapat disimpulkan bahwa untuk variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga secara bersama-sama mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.

3. Pengujian secara parsial dengan uji t

Setelah diperoleh hasil pengujian keseluruhan jalur signifikan, maka dilanjutkan dengan pengujian signifikan masing-masing koefisien jalur.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Untuk melihat kebermaknaan pengaruh X_1 secara parsial terhadap Y, maka dilakukan pengujian hipotesis parsial dengan uji t. Hipotesis statistik yang diuji adalah:

H_0 : $P_{YXi} = 0$, Tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

H_1 : $P_{YXi} \neq 0$, Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Diperoleh statistik uji t untuk X_1 (t_{hitung} Kualitas Pelayanan) dari perhitungan menggunakan *software* Lisrel Ver 8.8 di atas adalah 8,50. Selanjutnya nilai tersebut dibandingkan dengan nilai t_{tabel}. Berdasarkan nilai T_{tabel} untuk $\alpha = 5\%$ dan derajat bebas (257-3-1) diperoleh nilai ($t_{0,05,;253}$) = 1,96. Hasil perbandingan t_{hitung} yang diperoleh dengan nilai tabel adalah t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (8,50 > 1,96). Hasil uji berdasarkan data sampel yang dilakukan menyatakan penolakan terhadap H_0 atau dengan kata lain menerima H_1. Jadi dapat disimpulkan hasil uji yang diperoleh adalah terdapat pengaruh yang bermakna (signifikan) dari Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan

Untuk melihat kebermaknaan pengaruh X_2 secara parsial terhadap Y, maka dilakukan pengujian hipotesis parsial dengan uji t. Hipotesis statistik yang diuji adalah:

$H_0 : P_{YXi} = 0$, Tidak terdapat pengaruh Kepercayaan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

$H_1 : P_{YXi} \neq 0$, Terdapat pengaruh Kepercayaan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Diperoleh statistik uji t untuk X_2 (t_{hitung} Kepercayaan) dari perhitungan menggunakan *software* Lisrel Ver 8.8 di atas adalah 2,82. Selanjutnya nilai tersebut dibandingkan dengan nilai t_{tabel}. Berdasarkan nilai T_{tabel} untuk $\alpha = 5\%$ dan derajat bebas (257-3-1) diperoleh nilai ($t_{0,05,;253}$) = 1,96. Hasil perbandingan t_{hitung} yang diperoleh dengan nilai tabel adalah t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (2,82 > 1,96). Hasil uji berdasarkan data sampel yang dilakukan menyatakan penolakan terhadap H_0 atau dengan kata lain menerima H_1. Jadi dapat disimpulkan hasil uji yang diperoleh adalah terdapat pengaruh yang signifikan dari Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan.

3. Pengaruh Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

Untuk melihat kebermaknaan pengaruh X_3 secara parsial terhadap Y, maka dilakukan pengujian hipotesis parsial dengan uji t. Hipotesis statistik yang diuji adalah:

$H_0 : P_{YXi} = 0$, Tidak terdapat Kewajaran Harga (X_3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

$H_1 : P_{YXi} \neq 0$, Terdapat pengaruh Kewajaran Harga (X_3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Diperoleh statistik uji t untuk X_3 (t_{hitung} Kewajaran Harga) dari perhitungan menggunakan *software* Lisrel Ver 8.8 di atas adalah 4,75. Selanjutnya nilai tersebut dibandingkan dengan nilai t_{tabel}. Berdasarkan nilai T_{tabel} untuk $\alpha = 5\%$ dan derajat bebas (257-3-1) diperoleh nilai ($t_{0,05,;253}$) = 1,96. Hasil perbandingan t_{hitung} yang diperoleh dengan nilai tabel adalah t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (4,75 > 1,96). Hasil uji berdasarkan data sampel yang dilakukan menyatakan penolakan terhadap H_0 atau dengan kata lain menerima H_1. Jadi dapat disimpulkan hasil uji yang diperoleh adalah terdapat pengaruh yang bermakna (signifikan) dari Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.

Tabel 4.29

Uji Hipotesis Pengaruh secara Parsial

No	Hipotesis	Koefisien jalur	T_{hitung}	T_{tabel}	Hasil	Kesimpulan
1.	Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	0,64	8.50	1,96	Signifikan	H_0 ditolak, terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)
2.	Kepercayaan (X_2) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	0,23	2.82	1,96	Signifikan	H_0 ditolak, terdapat pengaruh Kepercayaan (X_2)terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)
3.	Kewajaran Harga (X_3) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	0,13	4.75	1,96	Signifikan	H_0 ditolak, terdapat pengaruh Kewajaran Harga (X_3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian (2014)

4.2.2.4 Besar Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian secara keseluruhan dan secara parsial dapat disimpulkan bahwa hipotesa yang diajukan semuanya dapat diterima, sebab berdasarkan pengujian koefisien jalur dari Kualitas Pelayanan ke Loyalitas Pelanggan, Kepercayaan ke Loyalitas Pelanggan dan Kewajaran Harga ke Loyalitas Pelanggan secara statistik bermakna. Hasil ini memberikan indikasi bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Setelah pengujian koefisien jalur dari Kualitas Pelayanan ke Loyalitas Pelanggan secara statistik bermakna selanjutnya dapat diketahui besarnya pengaruh secara langsung dan tidak langsung dari Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pengaruh langsung X_1 terhadap Y

$$P_{YX1} \times P_{YX1} = 0,64 \times 0,64 = 0,409 = 40,9\%$$

Dari hasil perhitungan di atas diperoleh pengaruh langsung variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 40,9%.

Pengaruh tidak langsung X_1 terhadap Y melalui X_2

$$P_{YX1} \times r_{x1.x2} \times P_{YX2} = 0,64 \times 0,96 \times 0,23 = 0,14 = 14\%$$

Dari hasil perhitungan di atas diperoleh pengaruh tidak langsung variabel Kualitas Pelayanan melalui variabel Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan memberikan penambahan pengaruh sebesar 14%.

Pengaruh tidak langsung X_1 terhadap Y melalui X_3

$$P_{YX1} \times r_{x1.x3} \times P_{YX3} = 0,64 \times 0,53 \times 0,13 = 0,04 = 4,4\%$$

Dari hasil perhitungan di atas diperoleh pengaruh tidak langsung variabel Kualitas Pelayanan melalui variabel Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan memberikan penambahan pengaruh sebesar 4,4%.

Total Pengaruh (pengaruh langsung dan tidak langsung) variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan diperoleh sebesar 40,9% + 14% + 4,4% = 59,3%.

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Setelah pengujian koefisien jalur dari Kepercayaan ke Loyalitas Pelanggan secara statistik bermakna selanjutnya dapat diketahui besarnya pengaruh secara langsung dan tidak dari Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pengaruh langsung X_2 terhadap Y

$$P_{YX2} \times P_{YX2} = 0,23 \times 0,23 = 0,052 = 5,2\%$$

Dari hasil perhitungan di atas diperoleh pengaruh langsung variabel Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 5,2%.

Pengaruh tidak langsung X_2 terhadap Y melalui X_1

$$P_{YX2} \times r_{x1.x2} \times P_{YX1} = 0,23 \times 0,96 \times 0,64 = 0,14 = 14\%$$

Dari hasil perhitungan di atas diperoleh pengaruh tidak langsung variabel Kepercayaan melalui variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan memberikan penambahan pengaruh sebesar 14%.

Pengaruh tidak langsung X_2 terhadap Y melalui X_3

$$P_{YX2} \times r_{x2.x3} \times P_{YX3} = 0,23 \times 0,60 \times 0,13 = 0,017 = 1,7\%$$

Dari hasil perhitungan di atas diperoleh pengaruh tidak langsung variabel Kepercayaan melalui variabel Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan memberikan penambahan pengaruh sebesar 1,7%.

Total Pengaruh (Pengaruh langsung dan tidak langsung) variabel Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan diperoleh sebesar 5,2% + 14% + 1,7% = 20,9%.

3. Pengaruh Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

Setelah pengujian koefisien jalur dari Kewajaran Harga ke Loyalitas Pelanggan secara statistik bermakna selanjutnya dapat diketahui besarnya pengaruh secara langsung dan tidak dari Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pengaruh langsung X_3 terhadap Y

$$P_{YX3} \times P_{YX3} = 0,13 \times 0,13 = 0,016 = 1,6\%$$

Dari hasil perhitungan di atas diperoleh pengaruh langsung variabel Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 1,6%.

Pengaruh tidak langsung X_3 terhadap Y melalui X_1

$$P_{YX3} \times r_{x1.x3} \times P_{YX1} = 0,13 \times 0,53 \times 0,64 = 0,044 = 4,4\%$$

Dari hasil perhitungan di atas diperoleh pengaruh tidak langsung variabel Kewajaran Harga melalui variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan memberikan penambahan pengaruh sebesar 4,4%.

Pengaruh tidak langsung X_3 terhadap Y melalui X_2

$$P_{YX3} \times r_{x2.x3} \times P_{YX2} = 0,13 \times 0,60 \times 0,23 = 0,017 = 1,7\%$$

Dari hasil perhitungan di atas diperoleh pengaruh tidak langsung variabel Kewajaran Harga melalui variabel Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan memberikan penambahan pengaruh sebesar 1,7%.

Total Pengaruh (Pengaruh langsung dan tidak langsung) variabel Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan diperoleh sebesar 1,6% + 4,4% + 1,7% = 7,7%.

4. Pengaruh Bersama sama (Total pengaruh) Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengaruh langsung dan tidak langsung yang diperoleh dapat dirangkum dalam tabel berikut :

Tabel 4.30

Besarnya Koefisien Jalur Variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

	Pengaruh Langsung	**Pengaruh Tidak Langsung**	**Total Pengaruh**
Kualitas Pelayanan	40,9%	18,4%	58,4%
Kepercayaan	5,2%	15,7%	20,9%
Kewajaran Harga	1,6%	6,1%	7,7%
Total			**87,9% ≈ 88%**

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian (2014)

Pengaruh secara bersama-sama Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan atau nilai koefisien determinansi sebesar 88%, sedangkan sisanya sebesar (100% - 88%) = 12% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini seperti Citra Perusahaan, Nilai Pelanggan dll.

Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan memberikan pengaruh paling besar. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor

yang dominan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini disebabkan, karena dengan kualitas pelayanan yang baik, maka akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggannya. Hal ini sesuai dengan penelitian Ruth Amryyanti dkk (2010:25) bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan pada pelanggan maka akan semakin tinggi loyalitas pelanggan, sebaliknya bila kualitas layanan yang diberikan rendah, maka loyalitas pelanggan juga akan semakin rendah. Penemuan menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan faktor yang secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Kepercayaan lebih besar pengaruhnya dibandingkan kewajaran harga terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini disebabkan, karena dengan kepercayaan yang tinggi, maka akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggannya. Hal ini sesuai dengan penelitian Mulyo & Ukudi (2007:224) bahwa loyalitas dipengaruhi oleh kepercayaan. Kepercayaan berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas. Melalui peningkatan secara langsung dapat meningkatkan loyalitas pelanggan secara langsung.

Kewajaran harga terhadap loyalitas pelanggan memberikan pengaruh paling kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa kewajaran harga bukan faktor yang dominan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Meskipun demikian kewajaran harga berpengaruh dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.