

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul**

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan agar memperoleh laba (keuntungan). Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya.

Kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Menurut Kotler et al., (2008:138), kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Jika mereka merasa puas, mereka akan senang dengan produk atau jasa yang dihasilkan serta merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan produk/jasa tersebut. Oleh karena itu, perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan itu merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dan memenangkan persaingan.

Bersamaan dengan adanya perubahan lingkungan yang terjadi dan adanya perubahan perilaku manusia serta banyaknya perusahaan-perusahaan asing yang ada di Indonesia saat ini mendorong masyarakat akan kebutuhan pengetahuan bahasa, terutama bahasa asing. Di era modern seperti ini menguasai bahasa asing sangatlah penting, sebab dapat memperlancar dalam berinteraksi dengan berbagai

orang di dunia. Selain itu belajar bahasa asing saat ini merupakan salah satu kunci meraih kesuksesan. Namun tidak semua orang berkesempatan dapat belajar bahasa asing pada lembaga formal. Oleh sebab itu banyak didirikan jasa lembaga pendidikan bahasa asing untuk mereka yang ingin belajar tanpa melihat adanya perbedaan status, pendidikan, umur dan lainnya.

Salah satu lembaga yang bergerak dalam pelayanan jasa pendidikan bahasa asing adalah Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang. Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang merupakan lembaga kursus bahasa asing seperti bahasa Inggris, bahasa Jepang, bahasa Mandarin, bahasa Arab dan bahasa asing lainnya. Adapun pelayanan jasa yang diberikan adalah belajar bahasa asing dari kelas pagi, sore dan kelas malam. Pelayanan ini bertujuan untuk memudahkan para pelanggan yang memiliki kegiatan diluar agar tetap bisa belajar bahasa asing. Berikut data perkembangan siswa Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang dalam kurun waktu 3 (tiga) tahun terakhir:

**Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Siswa**

No.	Tahun Ajaran	Jumlah Siswa	Persentase Peningkatan
1.	2010/2011	26	-
2.	2011/2012	37	42,3%
3.	2012/2013	50	35,1%
4.	2013/2014	57	14%

*Sumber: Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang 2014*

Dalam kurun waktu 3 (tiga) tahun terakhir, perkembangan siswa di Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang semakin lama semakin meningkat. Tahun ajaran 2010/2011 yang awalnya berjumlah 26 siswa menjadi 37 siswa dengan presentase peningkatan sebesar 42,3% di tahun ajaran 2011/2012. Kemudian pada tahun ajaran 2012/2013 mengalami peningkatan sebesar 50 siswa dengan presentase peningkatan 35,1% sedangkan untuk tahun ajaran 2013/2014 sebanyak 57 siswa dengan presentase sebesar 14%. Hal ini berarti bahwa Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang diminati oleh siswa dengan melihat adanya peningkatan setiap tahunnya. Dari sekian banyaknya pilihan

tempat Bimbingan Belajar (Bimbel) yang ada, tentu banyak hal yang menjadi pertimbangan siswa untuk memilih tempat bimbel tertentu. Oleh karena itu pihak manajemen Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan siswa tersebut yaitu dengan meningkatkan pelayanannya sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya, dalam hal ini siswa. Mengingat besarnya peranan kualitas pelayanan jasa pendidikan pada Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang terhadap kepuasan pelanggan, maka upaya-upaya yang ingin dilakukan harus dapat dijalankan dengan baik. Adapun faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada **lima dimensi kualitas jasa, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.**

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan serta mengukur dari lima dimensi kualitas pelayanan jasa manakah yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggannya. Oleh sebab itu, penulis tertarik menulis Laporan Akhir dengan mengambil judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang**”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan dalam latar belakang diatas maka permasalahan yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang?
2. Dimensi kualitas pelayanan jasa manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang?
3. Bagaimanakah konsistensi respon Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang terhadap pelanggan berdasarkan diagram kartesius?

### 1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Mengingat luasnya pembahasan mengenai kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Maka dari itu, untuk menjaga agar penulisan laporan akhir ini terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang dibahas, penulis memberi batasan pembahasan yaitu mengenai pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang.

### 1.4 Tujuan dan Manfaat

#### 1.4.1 Tujuan

Berkaitan dengan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi tujuan utama dari penulisan Laporan Akhir ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan. Dengan melihat dimensi jasa yaitu *tangible* (Bukti Fisik), *reliability* (Keandalan), *responsiveness* (Daya Tanggap), *assurance* (Jaminan) dan *emphaty* (empati).
2. Untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan manakah yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang.
3. Untuk mengetahui konsistensi respon Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang terhadap pelanggan berdasarkan diagram kartesius.

#### 1.4.2 Manfaat

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penulisan laporan akhir ini sebagai berikut:

1. Dapat membantu perusahaan memperbaiki kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan jasa bimbingan belajar terhadap kepuasan pelanggan dengan mengukur lima dimensi kualitas jasa.

3. Dapat mengetahui konsistensi respon Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang terhadap pelanggan berdasarkan diagram kartesius.

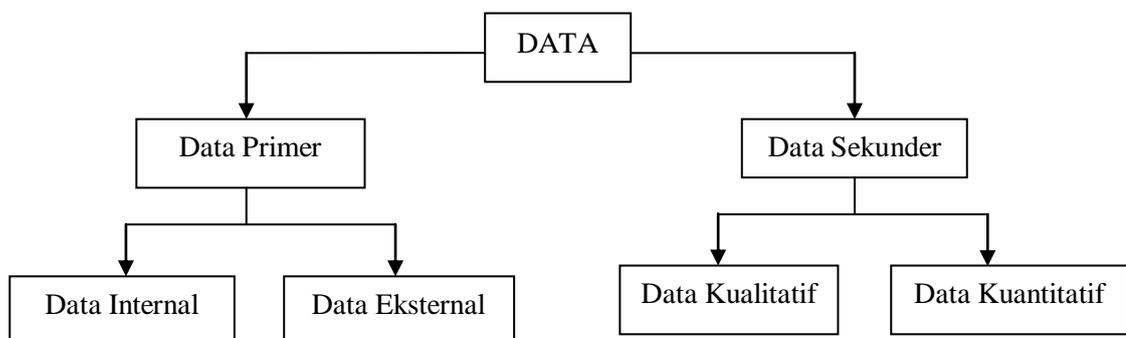
## 1.5 Metodologi Penelitian

### 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang, yang terletak di Jln. Jendral Sudirman No. 1658 Seberang SMAN 3 Km. 3,5 Palembang . Objek penelitian yang diteliti adalah para pelanggan yang mengikuti bimbel pada Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang. Jumlah respondennya adalah sebanyak 57 orang.

### 1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam suatu riset yang dilakukan seorang peneliti akan menggunakan data-data yang dikumpulkan sebagai bahan utama proses pengolahan data dalam rangka memecahkan permasalahan penelitian. Namun data itu sendiri dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Berikut ini bagan dan pembahasan mengenai kedua data tersebut:



**Gambar 1.1**  
**Bagan Jenis dan Sumber Data**

*Sumber: Sunyoto (2012:27)*

#### a. Data Primer

Data adalah data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah riset secara khusus. Dalam riset pemasaran, data primer diperoleh secara langsung dari sumbernya sehingga periset merupakan tangan pertama yang memperoleh data tersebut (Istijanto dalam Sunyoto, 2012:27).

Dalam hal ini data primer dapat berupa hasil pengisian kuesioner yang dibagikan kepada seluruh siswa pada Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang sebagai responden penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, bukan oleh periset sendiri, untuk tujuan yang lain, hal ini mengandung arti bahwa periset hanya memanfaatkan data yang ada untuk risetnya (Sunnyoto, 2012:41).

Dalam hal ini data sekunder dapat diperoleh dari studi kepustakaan dan data yang telah diolah oleh Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang.

### **1.5.3 Metode Penarikan Sampel**

Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan metode penarikan sampel “sampling jenuh”. Menurut Sugiyono (2008: 96) sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel dengan menggunakan semua anggota populasi sebagai sampel. Dikarenakan jumlah pelanggan/siswa bimbel Fanka tidak terlalu banyak, yaitu 57 siswa, maka penulis memilih metode penarikan sampel dengan teknik sampling jenuh yang menggunakan seluruh responden (pelanggan) sebagai sampel.

### **1.5.4 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini penulis melakukan berbagai metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

a. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Penulis melakukan pengamatan dan peninjauan secara langsung bagaimana kinerja, rasa tanggung jawab dan keluwesan pegawai pada Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang dalam melayani pelanggan.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan cara langsung maupun tidak langsung, teknik wawancara secara langsung dengan cara mengajukan pertanyaan kepada nara sumber secara tatap muka atau lewat telepon pada pegawai Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang. Sedangkan wawancara tidak langsung penulis menyebarkan sejumlah daftar pertanyaan kepada seluruh responden.

c. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penulis menyebarkan sejumlah daftar pertanyaan kepada seluruh responden pada bimbel Fanka. Kuisisioner yang disebarkan bersifat struktur artinya responden memberikan tanda silang pada kolom yang telah disediakan.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu metode pengumpulan data dengan mencari dan mempelajari buku-buku literatur dan informasi. Dalam penelitian ini penulis mempelajari buku-buku yang ada di perpustakaan.

### 1.5.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian penulis menggunakan teknik analisa data kualitatif dan kuantitatif. Analisa kualitatif merupakan teknik yang menjelaskan data secara deskriptif tentang pengaruh faktor kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu berupa dimensi kualitas layanan (*Tangible, Reability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*) dan dimensi kualitas yang paling kuat yang menyebabkan kepuasan pelanggan.

Teknik analisis kuantitatif digunakan untuk menjelaskan data yang diperoleh dan kemudian dimasukkan ke dalam program analisa data yaitu:

a. SPSS (*Statistic Product and Service Solution*)

Proses ini akan menunjukkan tingkat validitas, reabilitas, dan tingkat signifikan yang dihasilkan pada tiap dimensi.

1. Variabel terikat Y (Dependen) : Tingkat Kepuasan Pelanggan
2. Variabel bebas X (Independen) : Kualitaas Pelayanan Jasa

Uji ini digunakan mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa masing-masing dimensi terhadap tingkat kepuasan pelanggan, digunakan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

**Rumus** :  $Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$

Keterangan :

$Y_1$  = Kepuasan Pelanggan

$X_1$  = Bukti Fisik (*tangible*)

$X_2$  = Keadaan (*reability*)

$X_3$  = Daya tanggap (*responsiveness*)

$X_4$  = Jaminan (*assurance*)

$X_5$  = Empati (*Empathy*)

a = Konstanta dari persamaan regresi

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$  = Koefisien regresi untuk setiap dimensi

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2011:105). Dalam penelitian ini penulis menggunakan Skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti dan disebut sebagai variabel penelitian.

**Tabel 1.2**  
**Skala Pengukuran**

No	Kualitas Jasa	Kepuasan Pelanggan	Poin Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	Sangat Puas (SP)	5
2	Setuju (S)	Puas (P)	4
3	Kurang Setuju (KS)	Kurang Puas (KP)	3
4	Tidak Setuju (TS)	Tidak Puas (TP)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	Sangat Tidak Puas (STP)	1

### b. Diagram Kartesius

Diagram kartesius adalah suatu bangunan yang terdiri atas 4 bagian yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik X dan Y. Titik X merupakan rata-rata dari skor tingkat pelaksanaan/kinerja, sedangkan titik Y merupakan rata-rata skor tingkat harapan/kepentingan. Berdasarkan hasil penelitian kinerja atau *permormance*, maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja/pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini terdapat 2 buah variabel yang diwakili oleh huruf X dan Y, dimana X= merupakan tingkat kinerja yang dapat memberikan kepuasan para konsumen, sedangkan Y= merupakan tingkat kepentingan konsumen.

#### **Rumus:**

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana:

Tki : Tingkat kesesuaian responden

Xi : Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi : Skor penilaian kepentingan konsumen

Selanjutnya sumbu mendata (X) akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dengan:

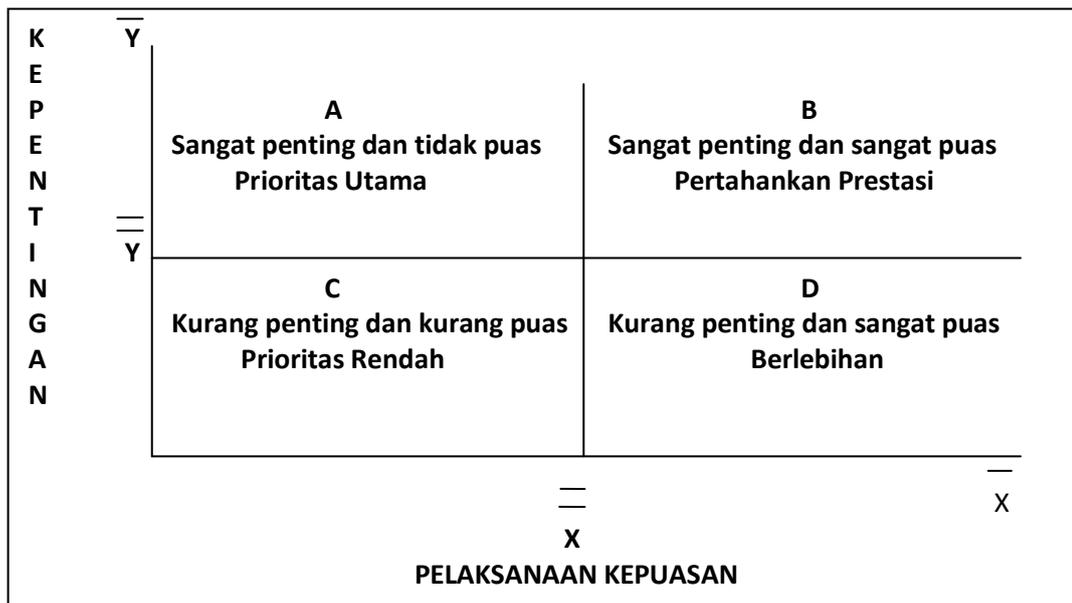
$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Dimana:

$\bar{X}$  : Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kepuasan

$\bar{Y}$  : Skor rata-rata tingkat kepentingan

n : Jumlah responden



**Gambar 1.2**  
**Skema Diagram Kartesius**

*Sumber: Nasution (2004:125-127)*

**Kuadran A** : Menunjukkan bahwa unsur-unsur jasa yang sangat penting bagi konsumen, akan tetapi pihak perusahaan belum melaksanakan sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga menimbulkan rasa kecewa/tidak puas.

**Kuadran B** : Menunjukkan bahwa unsur-unsur jasa pokok yang dianggap penting oleh konsumen telah dilaksanakan dengan baik dan dapat memuaskan konsumen, maka kini kewajiban dari perusahaan adalah mempertahankan kinerjanya.

**Kuadran C** : Menunjukkan unsur-unsur yang memang dianggap kurang penting oleh konsumen di mana sebaiknya perusahaan menjalankannya secara sedang saja.

**Kuadran D** : Menunjukkan bahwa unsur-unsur jasa yang dianggap kurang penting, tetapi telah dijalankan dengan sangat baik oleh pihak perusahaan/sangat memuaskan. Hal ini dianggap sangat berlebihan.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penyusunan laporan akhir yang akan dibuat, antara lain:

### **BAB I PENDAHULUAN**

- 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul
- 1.2 Perumusan Masalah
- 1.3 Ruang lingkup
- 1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan
  - 1.4.1 Tujuan
  - 1.4.2 Manfaat
- 1.5 Metodologi Penelitian
  - 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian
  - 1.5.2 Jenis dan Sumber Data
  - 1.5.3 Metode Penarikan Sampel
  - 1.5.4 Teknik Pengumpulan Data
  - 1.5.5 Analisis Data
- 1.6 Sistematika Penulis

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

- 2.1 Pengertian Pemasaran
  - 2.1.1 Konsep Inti Pemasaran
  - 2.1.2 Pengertian Pemasaran Jasa
- 2.2 Pengertian Jasa
  - 2.2.1 Karakteristik Jasa
  - 2.2.2 Bauran Pemasaran Jasa
- 2.3 Pengertian Kualitas Pelayanan Jasa
  - 2.3.1 Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa
- 2.4 Pengertian Kepuasan Pelanggan
  - 2.4.1 Konsep Kepuasan Pelanggan
  - 2.4.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

**BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN**

- 3.1 Sejarah Singkat Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang
- 3.2 Visi dan Misi Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang
- 3.3 Struktur Organisasi Perusahaan dan Pembagian Tugas pada Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang
- 3.4 Produk dan Fasilitas Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang
- 3.5 Deskripsi Responden

**BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

- 4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang
- 4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa yang Paling Dominan Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang
- 4.3 Konsistensi Respon Lembaga Pendidikan Bahasa Asing Fanka Palembang Terhadap Pelanggan Berdasarkan Diagram Kartesius

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**