

Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pusat Terapi Anak Kita

Zahra Zakaria^{1*}, Muhammad Sabandi²

¹ Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia ² Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

* Email: zahra.zzr@bsi.ac.id

Article Info

Keyword: *autism, therapy, quality, customers, services*

Abstract

In general, in Indonesia, autism is not yet known clearly by everyone because not everyone has the ability to detect the symptoms of this disorder. This study aims to determine how the quality of services in our child's therapy center and what is actually expected by the customer or parents who have children with autism, and what has been perceived by customers to the quality of services received. The number of samples contained in this study are as many as 23 respondents of customers in our Child Autism Therapy Center, with a purposive random sampling technique. The research instruments were arranged in the form of questionnaires / questionnaires using the Likert's scale. The results revealed that with $dk - |$ and the level of error set is 545 and compared with the price of F table, it turns out that F count is greater than t table ($17,891 \gg 3.49$). there is a strong and significant relationship between service quality and customer satisfaction with our Child Autism Therapy Center, this shows that the quality of services has a considerable contribution to customer satisfaction, which then becomes one of the important factors in the marketing of service companies, thus expected the managers of service companies can always pay attention to the quality of services they provide to customers. So that there is evidence of compatibility between expectations that are perceived by the customer and the real services they obtain.

PENDAHULUAN

Semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Meskipun demikian tidaklah gampang untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Meningkatkan kualitas layanan dan memuaskan pelanggan merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan baik perusahaan jasa maupun perusahaan industri. Usaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan hendaknya menjadi prioritas yang lebih besar bagi perusahaan. Lebih dari itu dengan segala kiatnya perusahaan hendaknya juga terus berupaya agar pelanggan dapat menjadi pelanggan yang setia.

Oleh karena itu dapat dipahami bahwa ada kalangan pakar pemasaran yang berpendapat bahwa tidak realistis bila suatu perusahaan mengharapkan tidak ada pelanggan yang tidak puas. Pelanggan yang tidak puas terhadap produk atau layanan yang diterima dengan cara membandingkan kualitas yang diharapkannya berdasarkan informasi yang diterima sebelumnya, akan melakukan tanggapan berupa komplain atau usulan untuk perbaikan melalui lisan maupun tulisan. Bagi perusahaan yang terpenting adalah mempermudah proses komplain dan usulan tersebut sampai kepadanya dan dapat segera ditindaklanjuti. Kepuasan pelanggan yang tinggi ditimbulkan oleh kualitas pelayanan yang maksimal dan jika kualitas pelayanan yang diberikan buruk maka harapan pelanggan tidak akan pernah tercapai dengan begitu pelanggan akan hilang satu demi satu, hal ini berarti perusahaan tersebut akan bangkrut. Dengan demikian hanya perusahaan-perusahaan yang mampu memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi sajalah yang akan mampu bersaing dan bertahan untuk hidup dan selanjutnya berkembang demi kelangsungan perusahaan.

Dalam penelitian ini diambil sampel anak-anak dengan gangguan autistik dan PDD-NOS yaitu tidak mampu berkomunikasi dan berinteraksi dengan individu lain dan sangat tak acuh terhadap lingkungan diluar dirinya, sehingga perilakunya tampak seperti hidup dalam dunianya sendiri. Autis merupakan suatu gangguan perkembangan yang kompleks yang berhubungan dengan komunikasi, interaksi sosial dan aktivitas imajinasi. Gejalanya tampak pada usia sebelum tiga tahun. Bahkan apabila autis infantil gejalanya sudah ada sejak bayi. Autis juga merupakan suatu konsekuensi dalam kehidupan mental dari kesulitan perkembangan otak yang kompleks yang mempengaruhi banyak fungsi-fungsi: persepsi (*perceiving*), *intending*, imajinasi (*imagining*) dan perasaan (*feeling*). Autis juga dapat dinyatakan sebagai suatu kegagalan dalam penalaran sistematis (*systematic reasoning*). anak-anak dengan kebutuhan khusus ini lebih banyak membutuhkan bantuan dari orang-orang sekitarnya. Pengembangan makna dan pembentukan kompetensi kemandirian terjadi terutama dengan cara pengasuh menunjukkan, menjelaskan, dan membimbing anak dalam aktivitasnya dan pengalamannya dengan dunia sekitarnya (Ginjar, 2003). Pada umumnya penyakit autisme belum banyak diketahui secara jelas oleh setiap orang karena tidak semua orang memiliki kemampuan untuk mendeteksi gejala-gejala kelainan ini. Para orang tua umumnya memperoleh informasi mengenai kelainan anaknya dari para dokter anak, psikiater, psikolog, dan ortopedagog. Kemudian orangtua mencari tempat untuk memberikan tempat pendidikan yang terbaik bagi anaknya. Kualitas jasa pendidikan sangat berpengaruh terhadap orang tua yang memiliki anak autisme dalam memilih jasa pendidikan yang diinginkannya. Pengetahuan tentang autisme sangat kurang sehingga para orang tua terus mencari dan memilih pusat terapi yang mempunyai kualitas jasa pendidikan yang baik serta dapat mengembangkan kemajuan untuk anaknya. Data menunjukkan bahwa prevalensi *Autistic Syndrome Disorder* lebih banyak pada lelaki daripada perempuan yaitu 3:1 atau 4:1 (Hallahan & Kauffman, dalam Mangunsong, 2009). Namun, anak perempuan penyandang autisme biasanya mempunyai gejala yang lebih berat dan hasil tes intelegensinya lebih rendah daripada anak laki-laki (Widyawati, dalam Mangunsong, 2009). Gejala pada gangguan autistik sangat bervariasi dari setiap anak, tidak semua anak menunjukkan gejala yang sama jenisnya, dan tidak semua anak menunjukkan gejala sama berat. Gangguan autistik untuk diagnosis kasus gangguan autistik yang berat dan memenuhi kriteria *Diagnostic and Statistical Manual-IV* (DSM-IV). PDD-NOS untuk kasus gangguan autistik yang tidak menunjukkan kriteria lengkap DSM-IV (Hardiono, 2003). Peran orang tua bagi anak penyandang autisme adalah membina komunikasi dengan para guru di sekolah. Hal ini dikarenakan kerja sama orang tua dengan para guru, keterbukaan orang tua tentang kondisi anak, dan kesediaan untuk mengikuti berbagai program yang disarankan demi kemajuan anaknya.

Orang tua bersama para guru juga berperan untuk mengevaluasi program-program khusus untuk anak penyandang autisme dalam hal ini program aktivitas kehidupan sehari-hari (AKS) agar tepat dan sesuai dengan kebutuhan anak (Danuatmaja, 2003) Sedangkan peran guru di sekolah

adalah untuk memodifikasi lingkungan sekolah agar pelaksanaan program AKS dapat terlaksana secara optimal. Disamping itu para guru mengajarkan program ini secara bertahap mulai dari bagian terkecil, mengulang materi yang telah diberikan, mempersiapkan anak untuk materi yang akan datang, membantu dengan berbagai kiat-kiat praktis dan teknik-teknik tertentu (Mangunsong, 2009). Kehidupan sehari-hari memberikan banyak contoh situasi keteraturan, salah satunya misalnya waktu makan yang teratur, yang cocok untuk ini. Situasi saat makan tidak hanya mengajarkan anak cara makan tetapi juga menjelaskan dari mana asal makanan, membahas berbagai kualitasnya, seperti rasa dan warnanya, dan mengaitkan pengalaman saat ini dengan pengalaman pada waktu-waktu lain dan ditempat lain bersama orang lain. Hal sederhana yang berkaitan dengan aktivitas makan ini dapat membentuk asosiasi dan mengembangkan konsep baru yang merupakan "bahan mentah" untuk perkembangan kognitifnya (Rye, 2007). Saat ini pusat terapi atau sekolah khusus sudah cukup banyak sebagai contoh didaerah Bekasi dan Cikarang. Namun dengan banyaknya pusat terapi orangtua tetap saja terus mencari kira-kira apa, dan bagaimana tempat yang paling baik dan bermutu sehingga anak-anak mereka yang mengalami keterlambatan perkembangan/ autisme dapat berubah kearah perilaku yang lebih baik. Persaingan antar pusat terapi dalam memberikan jasa pelayanan pendidikan kepada pelanggannya dalam proses menghasilkan kualitas program yang tinggi membuat pusat terapi tersebut saling membenahi dirinya masing-masing agar dapat memberikan kualitas jasa yang memuaskan bagi para orangtua yang mempunyai anak autisme.

METODOLOGI

Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah kualitas jasa yang diberikan oleh Pusat Terapi Anak Kita Cikarang. Pusat terapi ini merupakan salah satu pusat terapi yang terletak di Cikarang yang menyediakan pelayanan jasa terapi bagi anak-anak bermasalah seperti Autisme, kesulitan belajar dan kebutuhan khusus lainnya. Kualitas jasa yang diberikan oleh Pusat Terapi Anak Kita dipersepsikan oleh pelanggan/klien orang tua yang selama ini menggunakan jasa dari pusat terapi karena memiliki anak dengan kebutuhan khusus yang perlu dilakukan terapi.

Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis, yang menganalisis hubungan antara variabel bebas dan terikat. Metode penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian deskripsi yang merupakan uraian sistematis tentang teori dan hasil-hasil penelitian yang relevan dengan variabel yang diteliti dan model SERVQUAL (*Service Quality*) yang merupakan selisih antara kualitas jasa yang diharapkan dengan yang dipersepsikan.

Variabel dan Pengukuran

1) Variabel

Variabel independen adalah kualitas jasa terdiri dari: *Tangible* (kasat mata), *Reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empaty* (empati). Sedangkan variabel dependennya yaitu Kepuasan pelanggan/orangtua yang memiliki anak autisme.

2) Populasi dan Sampel

Populasi data penelitian adalah orangtua yang memiliki anak autisme di sekitar Cikarang. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi yang didapat teknik *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu yang diambil berdasarkan tujuan penelitian tertentu. Mengingat betapa pentingnya kegiatan pengambilan sampel untuk penelitian, tidak mengherankan jika ada banyak pula ahli yang mengemukakan pendapatnya terkait dengan kegiatan ini. Sugiono (2001) adalah

ahli yang turut memberikan penjelasan mengenai teknik sampling. Dimana ia menjelaskan bahasa teknik dalam pengambilan sampel adalah cara yang digunakan untuk menentukan sampel. Penentuan sampel ini akan memperhatikan ukuran dan jumlah sampel yang akan digunakan sebagai sumber data yang sebenarnya. Dalam penentuan ini, peneliti harus memperhatikan penyebaran dan sifat populasi. Sehingga sampel yang diperoleh cukup representative,

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 23 responden yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Teknik sampling ini dipilih dengan pertimbangan waktu, biaya, dan tenaga. dan sebaran populasi penelitian serta tempat dan lokasi pelayanan ditempat pendidikan Autisme itu sendiri. Sampel yang telah dipilih dianggap dapat mewakili populasi sehingga data yang diperoleh dari sampel dapat disimpulkan untuk berlaku juga terhadap populasi.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder yang diperoleh menggunakan teknik pengumpulan data yang telah direncanakan sebagai berikut:

- 1) Data primer diperoleh dengan cara mewawancarai 23 orang responden dengan menggunakan kuesioner sebagai alat/instrument yang digunakan dalam penelitian.
- 2) Data sekunder diperoleh dengan cara mengumpulkan data yang berasal dari pusat terapi autisme, jurnal, buku, dan lain-lain.

Sesuai dengan perencanaan penelitian, data primer dalam penelitian ini diiperoleh dengan menggunakan kuesioner yang disusun untuk mengungkapkan variabel-variabel yang sesuai. Kuesioner dalam penelitian ini disusun dengan menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* disebut juga *summated rating scale*. Skala ini banyak digunakan karena skala ini memberi peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan atau agreement terhadap suatu pernyataan. Pernyataan diberikan berjenjang, mulai dari tingkat terendah sampai tertinggi.

Dalam penelitian ini, kuesioner disusun dengan 5 (lima) pilihan jawaban berbeda yaitu: TP (tidak puas), KP (kurang puas), CP (cukup puas), P (puas) dan SP (Sangat puas). Masing-masing kategori secara berurutan diberi skor 1, 2, 3, 4 dan 5. Selanjutnya data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner tersebut diterima sebagai data ordinal.

Teknik Mengukur Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat diukur salah satunya dengan cara *Traditional Approach* dimana konsumen diminta memberikan penilaian masing-masing indikator produk atau jasa yang mereka nikmati (pada umumnya dengan menggunakan skala *Likert*), yaitu dengan cara memberikan rating dari 1 (sangat tidak puas) sampai 5 (sangat puas sekali). Selanjutnya, konsumen juga diminta memberikan penilaian atas produk atau jasa tersebut secara keseluruhan.

HASIL

Uji validitas dan reliabilitas Instrumen

Sebelum melakukan analisis data lebih mendalam, terlebih dahulu peneliti melakukan uji validitas terhadap instrument penelitian untuk mengetahui tingkat validitas atau kesahihannya. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan cara melakukan analisis butir (anabut), dimana analisis butir dilakukan dengan mengkorelasikan skor-skor pada setiap butir dengan skor total. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan terhadap 23 (dua puluh tiga) orang responden dengan mengajukan 21 (dua puluh satu) butir pertanyaan dari dua variable yang akan diteliti.

Analisis Butir (anabut)

Tujuan dari analisis butir ini adalah untuk mengetahui seberapa erat hubungan antar butir pertanyaan pada instrument penelitian berdasarkan masing- masing faktor yang telah dibuat. Adapun hasil perhitungannya dapat digambarkan berikut ini :

Tabel 1. Item Statistics

Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation	Koefisien r table	Kesimpulan
Butir_1	.709	.632	Valid
Butir_2	.712	.632	Valid
Butir_3	.702	.632	Valid
Butir_4	.708	.632	Valid
Butir_5	.755	.632	Valid
Butir_6	.764	.632	Valid
Butir_7	.727	.632	Valid
Butir_8	.773	.632	Valid
Butir_9	.853	.632	Valid
Butir_10	.756	.632	Valid
Butir_11	.827	.632	Valid
Butir_12	.802	.632	Valid
Butir_13	.751	.632	Valid
Butir_14	.804	.632	Valid
Butir_15	.780	.632	Valid
Butir_16	.746	.632	Valid
Butir_17	.815	.632	Valid
Butir_18	.742	.632	Valid
Butir_19	.752	.632	Valid
Butir_20	.827	.632	Valid
Butir_21	.767	.632	Valid

sumber: Data primer yang diolah (2018)

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa korelasi skor antar butir keseluruhan bersifat valid. Sedangkan menurut arahnya bersifat positif, sehingga dapat dikatakan instrument yang dibuat untuk menguji hubungan antar variable ialah dapat dipercaya sebagai tolak ukur penelitian. Sedangkan nilai *alpha cronbach* yang diperoleh berdasarkan analisis butirnya didapat sebesar 0.937. sehingga dapat diperoleh asumsi bahwa instrument penelitian adalah reliable (dapat diandalkan), disebabkan nilai alpha adalah lebih besar dari nilai r table ($0.937 > 0.632$).

Tabel 2. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	21

sumber: Data primer yang diolah (2018)

Uji Korelasi

Untuk mengetahui seberapa besar proporsi sumbangan nilai masing- masing variable kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan di pusat terapi autisme “anak kita” maka dapat digambarkan berdasarkan hasil perhitungan spss diperoleh koefisien korelasi sebagai berikut :

Tabel 3. Correlations

		Kualitas Jasa	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Jasa	Pearson Correlation	1	.802 (**)
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	23	23
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.802 (**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	23	23

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

sumber: Data primer yang diolah (2018)

Dari hasil perhitungan koefisien diatas maka proporsi yang dihasilkan oleh variable kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0.802. Nilai ini berarti hubungan antara kualitas jasa yang diberikan oleh pusat terapi autis “anak kita” terhadap kepuasan pelanggannya menurut responden adalah positif dan signifikan pada level kesalahan 5% ($< 0,05$) yang menunjukkan hubungan yang dibentuk oleh kedua variable ini adalah relatif kuat. Adapun nilai koefisien determinasinya apabila dihitung diperoleh nilai :

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802(a)	.643	.626	.37845

sumber: Data primer yang diolah (2018)

Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi determinan atau R^2 (R square) dari variable yang diberikan oleh kualitas jasa dan kepuasan pelanggan adalah sebesar 0.643. Hal ini menunjukkan bahwa 64.3% kepuasan pelanggan yang terdapat pada pusat terapi autis “anak kita” ditentukan oleh kualitas jasa yang diberikan oleh pusat terapi. Sedangkan sisanya 35.7% proporsinya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Uji hipotesis

Untuk menguji hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini maka digunakan dua jenis pengujian yang diperoleh dari hasil perhitungan model regresi yaitu:

Uji Fisher (uji-F)

Tujuan dari pengujian regresi ini adalah untuk mengetahui apakah pada model asumsi terdapat keterkaitan antara variable dependen (kepuasan pelanggan) berkorelasi secara linier terhadap variable independennya (kualitas jasa). Penggunaan uji-F ini (uji Fisher) apabila dianalisa berdasarkan kriteria hipotesis dengan besaran nilai F hitung pada nilai tabelnya sesuai dengan hipotesis penelitian :

Ho : $b_1 = 0$ Tidak terdapat pengaruh variable kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan pusat terapi autis “Anak Kita”.

Ha : $b_1 \neq 0$ Terdapat pengaruh variable kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan pusat terapi autis “Anak Kita”.

Sehingga berdasarkan perhitungan dapat diperoleh nilai F sebagai berikut :

Tabel 5. ANOVA^(b)

Model	Sum of Squares	df	Mean	F	Sig.

				Square		
1	Regression	5.427	1	5.427	17.891	.000 (a)
	Residual	3.008	21	.143		
	Total	8.435	22			

a Predictors (constant), Kualitas Jasa

b Dependent Variable: Kepuasan {elanggan

sumber: Data primer yang diolah (2018)

Kemudian apabila dianalisa lebih lanjut berdasarkan penentuan nilai F table pada lampiran dapat dicari nilai F table sebagai berikut :

$\alpha = 0.05 : F_a(k) (n-k-1) \rightarrow F_{a,0.05}(2) (20) = 3.49$, Maka : $17.891 > 3.49$

Oleh karena $F_{hitung} > F_{table}$ maka hipotesis awal (H_0) dari penelitian ini dimana disebutkan bahwa tidak terdapat pengaruh variable kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan pusat terapi autisme “Anak Kita” ditolak, dan asumsi bahwa terdapat pengaruh diantara variable kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan pusat terapi autisme “anak kita” berdasarkan nilai F hitung sebesar 17.891 dengan tingkat signifikan .000 atau dibawah 0.05% maka model regresi mempunyai nilai yang kuat dan positif. Sehingga model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi besaran variasi yang terdapat pada kepuasan pelanggan.

a. Uji T (T-test)

Kemudian untuk mengetahui hubungan apakah ada perbedaan atau tidaknya hubungan yang nyata atau signifikan diantara konstanta variable kualitas jasa dan kepuasan pelanggan pusat terapi maka dihasilkan perhitungan berdasarkan rumus regresi sebagai berikut:

Tabel 6. Coefficients^(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.617	.635		1.972	.042
	Kualitas Jasa	.060	.010	.802	6.156	.000

a Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah (2018)

Dari koefisien diatas maka analisa untuk menilai probabilitas model regresi yang dapat digunakan untuk menilai nilai kontribusi variasi variable independent (kualitas jasa) yaitu :

- jika probabilitas > 0.05 maka H_0 diterima
- jika probabilitas < 0.05 maka H_0 ditolak

dimana :

H_0 : Koefisien regresi tidak signifikan

H_a : Koefisien regresi signifikan

Berdasarkan perhitungan pada table koefisien maka diperoleh nilai signifikansi variable jasa berada diatas 0.05, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variable kualitas jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Adapaun berdasarkan koefisien tersebut formulasi yang dapat dibuat untuk asumsi dalam penelitian ini adalah: $Y = 1.617 + 0.60x$

Persamaan regresi diatas berarti apabila tidak terdapat pengaruh dari kualitas jasa yang diberikan oleh pusat terapi maka sumbangsih proporsi yang terdapat pada kepuasan pelanggan berada pada konstanta 1.617, sedangkan setiap terdapat penambahan nilai kualitas jasa yang diberikan oleh pusat terapi kepada klien/ pelanggan akan memberikan kontribusi nilai sebesar 0.60

point terhadap kepuasan pelanggannya.

Distribusi Jawaban responden

Berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden atas pertanyaan Bagaimanakah kemudahan pelanggan dalam mendapatkan informasi khususnya yang berkaitan dengan fasilitas yang diberikan oleh Pusat Terapi dapat diketahui oleh jawaban : Cukup Puas 60,9% (14 orang), Puas 34,8% (8 orang), dan Kurang Puas 4,3% (1 orang). Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden merasa cukup puas terhadap layanan informasi yang diberikan oleh Pusat Terapi Autis Anak Kita. Dimana dalam hal ini dapat berarti informasi yang benar akan keberadaan fasilitas juga menjadi salah satu pertimbangan pelanggan dalam memilih jasa apa yang akan diharapkannya. Kesesuaian antara harapan dengan apa yang akan diperoleh berdasarkan layanan dapat diketahui dengan penyampaian informasi yang jelas.

Tabel 7. Kemudahan pelanggan mendapatkan informasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Puas	1	4.3	4.3	4.3
	Cukup Puas	14	60.9	60.9	65.2
	Puas	8	34.8	34.8	100.0
	Total	23	100.0	100.0	

sumber: Data primer yang diolah (2018)

Selanjutnya berdasarkan tabel dibawah dapat dilihat bagaimana persentase jawaban responden atas pertanyaan bagaimana kecepatan karyawan dalam menangani berbagai keluhan yang disampaikan para pelanggannya terdistribusi ke dalam jawaban : Puas 47,8% (11 orang), Cukup Puas 34,8% (8 orang), Kurang puas 13% (3 orang), dan Sangat Puas 4,3% (1 orang). Dapat disimpulkan dari hasil tersebut bahwa para karyawan pada Pusat Terapi telah memiliki kemampuan kecepatan yang relatif baik dalam menangani berbagai keluhan-keluhan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan perkembangan anak dalam proses terapi. Kemampuan ini menjadi salah satu faktor yang juga ikut mempengaruhi kualitas jasa.

Tabel 8. Kecepatan menangani Keluhan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Puas	3	13.0	13.0	13.0
	Cukup Puas	8	34.8	34.8	47.8
	Puas	11	47.8	47.8	95.7
	Total	23	100.0	100.0	

sumber: Data primer yang diolah (2018)

Kemudian berdasarkan jawaban responden atas jawaban yang diberikan atas pertanyaan bagaimanakah tingkat kepandaian karyawan dalam menangani proses belajar mengembangkan program perkembangan anak terdistribusi ke dalam jawaban: Cukup puas 52,2% (12 orang), Puas 39,1% (9 orang), dan Kurang puas 8,7% (2 orang). Dari hasil table tersebut dapat juga dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan di Pusat Terapi menilai para karyawan telah mempunyai tingkat kepandaian yang memadai dalam ikut andil membantu mengembangkan program perkembangan anak.

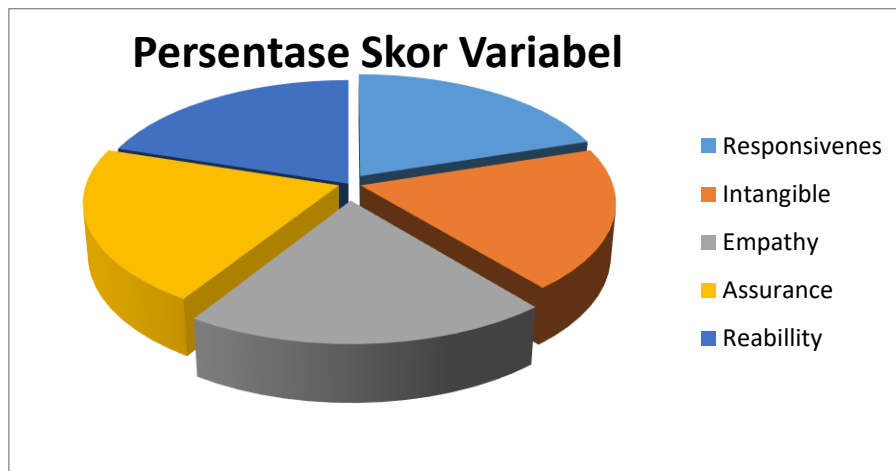
Tabel 9. Kepandaian menangani proses belajar

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Puas	2	8.7	8.7	8.7

	Cukup Puas	12	52.2	52.2	60.9
	Puas	9	39.1	39.1	100.0
	Total	23	100.0	100.0	

sumber: Data primer yang diolah (2018)

Kemudian jika dianalisa untuk mengetahui bagaimana persebaran jumlah skor variabel yang dihasilkan berdasarkan tabel-tabel kontingensi berdasarkan jawaban responden diatas, maka akan diketahui seberapa besar nilai kepuasan yang dihasilkan oleh Pusat Terapi Autis Anak Kita menurut para pelanggannya, dapat dilihat dari grafik berikut ini:



Gambar 1. Diagram Persentase Skor Variabel

Berdasarkan hasil perhitungan tabulasi skor dari kelima variabel yang menjadi tolak ukur dalam penelitian ini dari hasil skor rata-rata yang terdapat dalam jawaban responden, maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang mempunyai tingkat kualitas jasa yang paling baik menurut persepsi pelanggan pada Pusat Terapi Anak Kita adalah variabel *Assurance* (jaminan). Jaminan yang dijanjikan oleh Pusat Terapi Anak Kita dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan terapi autisme adalah sesuai. Hal ini juga berarti Pusat Terapi Anak Kita berhasil memberikan kepuasan kepada pelanggannya dengan memberikan kualitas keterampilan yang baik pada karyawannya.

Sedangkan variabel dengan tingkat kepuasan tertinggi selanjutnya dimiliki oleh variabel *Empathy* (empati), variabel *responsiveness* (cepat tanggap), dan *Reliability* (keandalan). Hal ini dapat dilihat berdasarkan persentase jawaban rata-rata pada ketiga variabel ini masing-masing mempunyai jumlah yang sama yaitu sebesar 20%. Nilai ini memberikan gambaran bahwa perhatian dan kepekaan karyawan yang mewakili perusahaan jasa sudah relatif baik. Selain itu para karyawan juga memiliki kemampuan untuk memberikan pelayanan jasa yang cepat sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggannya dengan sama baiknya. Ketiga variabel ini juga memberi sumbangsih kepada penilaian atas kepuasan pelanggan dengan proporsi yang sama besar. Adapun jasa terapi autis juga dapat cukup diandalkan, ataupun sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan terapi sebelumnya secara akurat. Jika dianalisa lebih lanjut kesinambungan baik antara *reliability*, *emphaty* dan *responsiveness* akan membentuk suatu kualitas jasa yang kuat di mata pelanggan.

Dalam kasus ini para pelanggan penderita autis memerlukan pemahaman atas berbagai kekurangan kondisi kesehatannya, dan ditangani dengan cepat sesuai kebutuhan agar dapat memacu perkembangan program yang dilaksanakan demi kemajuan hasil terapi sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan terapi. Sehingga perpaduan antara ketiga variabel ini secara bersama-sama menjadi titik yang ikut menentukan bagaimana kepuasan pelanggan atas kualitas jasa pada Pusat Terapi Autis Anak Kita dapat terbentuk. Kemudian variabel lain yang juga sama artinya bagi penilaian kepuasan pelanggan adalah *intangible* (kasat mata). Variabel ini dengan mudah

dikenali melalui penampilan secara fisik, yaitu asset baik yang berasal dari sumber daya manusia ataupun asset fisik yang menjadi modal perusahaan seperti fasilitas. Penampilan karyawan yang merepresentasikan perusahaan juga menjadi penilaian secara langsung bagi pelanggan bagaimana perusahaan memanageri kualitas jasa yang dimilikinya. Kebersihan dan kerapian karyawan, maupun bagaimana luas dan fasilitas yang disediakan oleh penyedia jasa manbenoik kepercayaan bagi pelanggan dalam memilih tempat penyedia jasa. Dari diagram diatas diketahui bahwa variabel *intangible* memiliki persentase paling kecil diantara keseluruhan variabel lainnya yaitu sebesar 19%. Angka ini mengindikasikan bahwa diperlukan adanya peningkatan atas implikasi variabel *intangible* demi meningkatkan kepuasan pelanggan berdasarkan penampilan fisik perusahaan jasa tersebut.

KESIMPULAN

Pusat Terapi Autis Anak Kita dengan tingkat kepuasan pelanggannya. Hal ini ditunjukkan dengan kepuasan pelanggan dapat diprediksi oleh kualitas jasa yang diberikan.

Kontribusi masing-masing variabel kualitas jasa dalam menentukan kepuasan pelanggan adalah berhubungan dan saling mendukung. Hal ini disebabkan oleh adanya proporsi penyebaran nilai kepuasan pelanggan berdasarkan *variable reliability, responsiveness, assurance, empathy*, dan *intangible* memiliki prosentase yang relatif berimbang pada Pusat Terapi Autis Anak Kita.

yang mempunyai tingkat kualitas jasa tertinggi pada Pusat Terapi Anak Kita adalah variabel *Assurance* (jaminan). Jaminan yang dijanjikan oleh Pusat Terspi Anak Kita dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan tentang bentuk terapi kepada Anak autisme adalah sesuai. Hal ini juga berarti Pusat terapi Anak Kita berhasil memberikan kepuasan kepada pelanggannya dengan memberikan kualitas keterampilan yang baik pada karyawannya/terapisnya.

REFERENCES

Daftar Pustaka

- A. Parasuraman, A.V. Zeithaml dan Berry L.L. 1995. A Conceptual Model of Service Quality, *Journal af Retailing*. Vol 67 : 420-450.
- Allen, J. and D. David, 1991. Searching for Excellence in Marketing Education : The Relationships between Servica Ouality and Three Outcome Variables, *Journal of Marketing Education*.
- Engel, JT, R.D. Blakwell, and P.W. Miniard, 1995. *Customer Behaviour*, 8th Edition, Orlando : The Dryden Press.
- Handriana, T. 1998. Analisis Perbedaan Harapan Kualitas Pelayanan pada Lembaga pendidikan Tinggi di Surabaya, Yogyakarta : Program Pascasarjana UGM,
- Koegel RL dan Schreibman L., 1982. How to teach autistic and other severely handi- capped children, Pro-Ed, Austin, Texas.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta.
- Martin G. dan Pear J., 1999. *Behavioral modification, what it is and how to do it*, Sixth . Edition, New-Jersey : Prentice Hall,
- Peter, Paul. J dan Jerry. C. Olson, 1999. *Perilaku Konsumen dan Strategy Pemasaran*, Edisi Keempat, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Pusponegoro, Hartono D, (2003), *Pandangan Umum mengenai Klasifikasi Spektrum Gangguan Autistik dan Kelainan Susunn saraf Pusat* (makalah), Jakarta: Konferensi Nasional Autisme-I
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Strategic marketing Tools & Cases : Teknik Analisis Segmentasi & Targering dalam Marketing*, Jakarta : Elex Media Komputindo,
- Simamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran : Falsafah, Teori dan Aplikasi*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Supranto, J. 2001. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar. Rineka Cipta. Jakarta.
- Tjiptono, Fandi. 1999. Kualitas Jasa : Pengukuran Keterbatasan dan Implikasi Manajerial, Tjiptono, Fandy. dan Chandra, Gregorius. 2005. Service, Quality & Satisfaction. Andi: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran (Edisi III). Andi: Yogyakarta.