

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas layanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* telah memberikan pengaruh terhadap kepuasan Orangtua siswa SMPK Santo Mikael di Surabaya. Hal ini telah dibuktikan dengan F_{hitung} sebesar 10,384 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 0,000. Ini berarti dalam melakukan pelayanan, SMPK Santo Mikael telah memberikan kualitas layanan yang baik.
2. Variabel *reliability* dapat dibuktikan dengan jenis pelayanan sekolah, perhatian guru dan karyawan serta ketepatan dalam memberikan pelayanan. Dari hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa kualitas layanan pada dimensi kehandalan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Orangtua siswa. Di dalam kenyataannya, walaupun SMPK Santo Mikael sudah memberikan pelayanan yang terbaik pada dimensi kehandalan namun berdasarkan hasil wawancara, ternyata orangtua tidak terlalu memberikan fokus perhatian kepada dimensi *reliability*. Hal ini menyebabkan pengaruh kualitas layanan pada dimensi kehandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan Orangtua siswa.

3. Variabel *responsiveness* dapat dibuktikan dengan kepastian dalam pelayanan, pelayanan yang cepat dan tepat, penyediaan waktu bagi orangtua, kesiapan guru dan karyawan dalam membantu orangtua serta kesungguhan sekolah dalam mengatasi persoalan, sudah dilakukan dengan baik oleh SMPK Santo Mikael sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Orangtua siswa.
4. Variabel *assurance* yang dibuktikan dengan perilaku yang ramah, kenyamanan orangtua dalam menggunakan jasa, kepercayaan orangtua terhadap sekolah, pengetahuan guru-karyawan yang cukup serta reputasi sekolah yang baik dari Orangtua siswa, sudah dilakukan dengan baik juga oleh SMPK Santo Mikael akibatnya pada dimensi assurance cukup berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Orangtua siswa dan memiliki nilai paling tinggi dalam memberikan kepuasan terhadap Orangtua siswa.
5. Variabel *empathy* yang dibuktikan dengan perhatian sekolah yang menyeluruh kepada siswa, pengertian sekolah terhadap kebutuhan siswa, mengutamakan kepentingan orangtua, jam pelayanan sekolah yang sesuai serta kepentingan siswa diperhatikan, juga sudah dilakukan dengan baik oleh SMPK Santo Mikael. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Orangtua siswa.

Dengan melihat hasil penelitian dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan Orangtua siswa SMPK Santo Mikael. Hal ini berarti kualitas layanan sangat menentukan kepuasan, apabila kualitas layanan

SMPK Santo Mikael baik maka tingkat kepuasan Orangtua siswa akan semakin tinggi.

5.2. Saran

Berdasarkan uraian diatas maka saran yang diberikan adalah:

1. Untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan Orangtua siswa, maka SMPK Santo Mikael harus lebih memperhatikan aspek-aspek dalam kualitas layanan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian, kualitas layanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* dapat mempengaruhi kepuasan Orangtua siswa. Semua unsur dimensi kualitas layanan di atas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan Orangtua siswa SMPK Santo Mikael, namun sekolah perlu memperhatikan lebih khusus dimensi-dimensi *reliability* tersebut serta mencari terobosan baru yang dapat meningkatkan kepuasan Orangtua siswa.
2. Variabel kualitas layanan khususnya kehandalan perlu mendapat perhatian lebih dan ditingkatkan oleh SMPK Santo Mikael, karena berdasarkan hasil penelitian variabel tersebut mempunyai pengaruh yang kurang signifikan. Sedangkan yang lainnya berpengaruh sangat dominan, sedangkan hasil deskripsinya ada beberapa orangtuayang belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikaan. Sangat diharapkan agar di masa yang akan datang lebih baik lagi kualitas layanan. Dengan demikian kepercayaan orangtua pada SMPK Santo Mikael semakin hari semakin baik. Walaupun berdasarkan hasil wawancara, orangtua lebih mementingkan aspek kemudahan mengakses

layanan pendidikan, yaitu kebutuhan menyekolahkan anak mereka, jarak sekolah dari rumah yang lebih dekat, faktor ekonomi dan sosial. Hal ini kiranya sangat berguna untuk diperhatikan oleh lembaga pendidikan SMPK Santo Mikael di Surabaya. Untuk meningkatkan kualitas layanan pihak SMPK Santo Mikael sebaiknya tetap mempertahankan kondisi seperti pada kualitas layanan yang saat ini sudah diberikan. Pada dimensi *reliability* yaitu ketepatan dalam memberikan pelayanan dan pelayanan yang handal diharapkan lebih ditingkatkan agar dapat memberikan kepuasan kepada Orangtua siswa yang menyekolahkan anaknya di SMPK Santo Mikael.

3. Dengan penelitian ini, peneliti dapat mengetahui seberapa besar kepuasan Orangtua siswa terhadap pelayanan yang diberikan oleh SMPK Santo Mikael. Hal ini dapat menjadi *entry point* bagi lembaga untuk menata dan memperbaiki pelayanan terhadap orangtua siswa SMPK Santo Mikael. SMPK Santo Mikael perlu secara rutin mengamati pelayanannya agar dapat mempertahankan kelebihan-kelebihan yang ada dan selalu meningkatkan kualitas layanan pada variabel menurut penilaian orangtua siswa yang belum sesuai dengan harapannya. Hal ini bisa dilakukan dengan lebih memperhatikan terhadap kebutuhan dan keinginan orangtua siswa. Peningkatan fasilitas dan penampilan fisik, sarana dan prasarana, jaminan rasa aman, nyaman, dan kepercayaan serta pelayanan yang dijanjikan secara cepat, akurat, dan pasti sehingga akan meningkatkan kepuasan orangtua siswa SMPK Santo Mikael.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisutha, D., (2005). *Dimensi Kualitas Pelayanan*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Berry. (1980). Services Marketing is Different. *Business*, 30, 24-29.
- Bitner, Z. A., (2003). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. Boston: McGraw-Hill/Irwin.
- Clark, B. A., (1986). Four Ways to Make Services More Tangible. *Business*, 36, 53-54.
- Davis, G. A., (1994). *Introduction to Total Quality, Quality, Productivity, Competitiveness*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Dyke, P. V., Kappelman, A., Prybutok, R., (1977). Measuring Information Systems Service Quality: Concerns on the use of the SERVQUAL Questionnaire. *Journal MIS Quarterly archive*, 21, 195-208.
- Ferdinand, A., (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (4 ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Green, P., (2014). Measuring Service Quality In Higher Education: A South African Case Study. *Journal of International Education Research*, 10, 131-142.
- Rojas-Méndez, Arturo Z., Kara, A., (2009). Determinants of Student Loyalty in Higher Education: A Tested Relationship Approach in Latin America. *Latin America Business Review*, 10, 21-39.
- Kanuk, S. A., (2000). *Consumer Behavior* (7 ed.). New Jersey: Prentice.
- Katz, B., (1991). *Bagaimana Memasarkan Jasa Profesional*. (L. Setiono, Trans.) Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Kotler, P. & Keller. (2012). *Marketing Management* (13 ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P. & Keller (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.

- Kountur, R., (2007). *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: CV. Buana Printing.
- Laroche, B. A., (2001). A Three-Dimensional Scale of Intangibility. *Journal of Service Research* , 4, 26-38.
- Lehtinen, B. A., (1982). *Service Quality: A Study of Quality Dimension*. Helsinki: Service Management Institute.
- Lewis, R. C., & Booms, B. (1983). The marketing aspects of service quality. AMA Proceeding, American Marketing Association Chicago, 99-104.
- Loke, Taiwo, Salim, & Downe. (2011). Seervice Quality and Customer Satisfaction in a Telecommunication Service Provider. *International Conference on Financial Management and Economics*, 11, 24-29.
- Lusch, V. A., (2004). The Four Service Marketing Myths: Remnants of a Good-Based, Manufacturing Model. *Journal of Service Research*, 6, 324-335.
- Margaretha, F., (2003). *Kualitas Pelayanan: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Mandar Maju.
- Margaretha, F., (2003). *Teori dan Aplikasi Manajemen Keuangan Investasi dan Sumber Dana Jangka Pendek*. Jakarta: Grasindo Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Mosahab & Ramayah. (2010). Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation. *International Business Research*, 3, 72-80.
- Parasuraman, V. A., (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Parasuraman, V. A., (1993). The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service. *Journal of Academy of Marketing Science*, 21, 1-12.
- Parasuraman, V. A., (2001). *Delivering Quality Service*. (Sutanto, Trans.) New York: The Free Press.
- Paramata, W., (2008). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pizza Hut Gatot Subroto Denpasar. *Jurnal Forum Manajemen*, 6, 43-55
- Santoso, A., (2005). *Analisis Statistic Dengan Microsoft Exel dan SPSS*. Yogyakarta.

- Salim, A., (2007). *Assuransi dan Manajemen Resiko*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Santosa, A., (2005). *Riset dan Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Stemvelt, R. C. (2004). *Perception of Service Quality*. (Purwoko, Trans.) Massachusetts: Allyn and Bacon.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliehan, A. (2013). Basic Dimensions of The (Servqual Model) and its Impact on The Level of Customer Satisfaction: An Empirical Study of the Housing Bank in Karak, Jordan. *European Scientific Journal*, 9, 21-34.
- Sunyoto, D. (2013). *Analisis Data Ekonomi Dengan Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sunyoto, H. (2001). *Jaminan Kualitas Pelayanan Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Swan & Oliver (1989). Equity and Disconfirmation Perceptions as Influences on Merchant and Product Satisfaction. *Journal of Consumer Research*, 16, 372-383.
- Syamsi. (2008). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Siswa Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Bandarlampung. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan* , 5, 18-36.
- Tjiptono, F., & Candra, G., (2011). *Service Quality Satisfaction* (3ed) Yogyakarta: Andi
- Verma, H. V. (2012). *Services Marketing: Text and Cases*. India: Dorling Kindersley.
- Wahyuni, D. U. (2008). Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek “Honda” Di Kawasan Surabaya Barat. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10.
- Zeithaml & Bitner. (1990). *The Concept Of Customer Satisfaction*. (Purwoko, Trans.) USA: The McGraw-Hill Companies.