

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen LP3G Menggunakan Structural Equation Modeling

Esa Muhamad Nurbuat¹, Putiri Bhuana Katili², Faula Arina³
^{1, 2, 3}Jurusan Teknik Industri Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
esamnb@gmail.com

ABSTRAK

Pengukuran kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan penyedia jasa terhadap kepuasan konsumen menjadi keharusan dalam menghadapi persaingan maupun meningkatkan persepsi konsumen. Lembaga Pembinaan dan Pengembangan Profesi Guru (LP3G) adalah lembaga profesi ilmiah yang memberikan pelayanan pendidikan bagi para guru, kepala sekolah, maupun pengawas sekolah mengenai program pengembangan profesi menyangkut kenaikan pangkat golongan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui karakteristik konsumen LP3G, mengkaji pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen LP3G menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM), dan menentukan dimensi kualitas yang paling dominan. Responden dalam penelitian ini adalah guru, kepala sekolah, dan pengawas sekolah yang mengikuti program LP3G mengenai pelatihan KTI, dengan jumlah sample 120. Untuk mengetahui kepuasan konsumen LP3G digunakan pendekatan dimensi SERVQUAL (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty), dan menggunakan metode SEM yang diolah menggunakan perangkat lunak komputer LISREL 8.50. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen LP3G hanya dipengaruhi oleh dimensi reliability dan emphaty. Reliability terhadap kepuasan konsumen memberikan pengaruh sebesar 0.33 dan emphaty terhadap kepuasan konsumen memberikan pengaruh sebesar 0.63. Dimensi kualitas pelayanan yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen adalah dimensi emphaty.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, LISREL, SEM, Servqual.

PENDAHULUAN

Mewujudkan cita-cita pemerintah dalam hal memajukan bangsa dan negara salah satunya adalah dengan cara meningkatkan kualitas mutu di bidang pendidikan. Hal ini tentunya berkorelasi dengan mutu guru sebagai tenaga pengajar. Untuk meningkatkan mutu dan profesionalisme guru pemerintah memberikan angka kredit sebagai salah satu syarat kenaikan pangkat dalam jabatan guru sesuai dengan Kepmenpan nomor 84 tahun 1993 tentang Jabatan Fungsional Guru dan Angka Kreditnya pasal 1 ayat 2.

Jenjang pangkat dan golongan ruang guru sebagaimana Kepmenpan nomor 84 tahun 1993 pasal 6 ayat 1 mulai dari Pengatur Muda gol ruang II/a sampai Pembina Utama gol ruang IV/e. Namun pada kenyataannya banyak guru termasuk kepala sekolah dan pengawas sekolah, yang pangkatnya terhenti di Pembina gol ruang IV/a. Hal ini dikarenakan Kepmenpan nomor 84 tahun 1993 pasal 9 ayat 2 yang mewajibkan sekurang-kurangnya 12 poin angka kredit dari unsur pengembangan profesi untuk naik pangkat ke gol ruang IV/b. Unsur pengembangan profesi sendiri menurut Kepmenpan nomor 84 tahun 1993 pasal 5 ayat 2 meliputi: a. melakukan kegiatan karya tulis/karya ilmiah dibidang pendidikan, b. membuat alat pelajaran/alat praga atau alat bimbingan, c. menciptakan karya seni, d. menemukan teknologi tepat guna dibidang pendidikan, e. mengikuti kegiatan pengembangan kurikulum.

Hal inilah yang menjadi beban bagi para guru termasuk kepala sekolah maupun pengawas sekolah untuk mengajukan kenaikan pangkat, dikarenakan keterbatasan pengalaman membuat suatu penelitian sehingga memenuhi unsur pengembangan profesi.

Berangkat dari permasalahan di atas, munculah lembaga-lembaga profesi ilmiah yang memberikan pelayanan meliputi pelatihan dan bimbingan bagi para guru untuk membuat suatu penelitian/karya tulis ilmiah yang nantinya akan direkomendasikan ke Biro Kepegawaian Pusat dan dinilai kelayakannya untuk naik pangkat. Salah satunya adalah Lembaga Pembinaan dan Pengembangan Profesi Guru (LP3G) yang berkantor pusat di kota Serang.

Sebagai sebuah lembaga penyedia jasa, kualitas layanan jasa merupakan salah satu hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas layanan perusahaan harus mampu memenuhi keinginan, harapan, dan kebutuhan konsumen. Pengukuran kepuasan haruslah didahului dengan pengetahuan terhadap keinginan, harapan, dan kebutuhan konsumen akan kualitas layanan perusahaan. Apabila konsumen merasa tidak puas terhadap pelayanan yang disediakan, maka dipastikan konsumen akan berpindah ke kompetitor. Kepuasan konsumen dapat terpenuhi apabila layanan yang diberikan oleh perusahaan telah sesuai atau melebihi harapan konsumen (Kotler, 2000).

Ada banyak cara mengukur kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan salah satunya dengan menggunakan pendekatan *service quality* atau sering disebut dengan *Servqual*. Menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman terdapat lima dimensi pokok dari dimensi *Servqual* yang pada akhirnya menjadi penentu tingkat kepuasan, yaitu: keberwujudan (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik konsumen LP3G, mengkaji pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen LP3G menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dan menentukan dimensi kualitas yang paling dominan.

METODE PENELITIAN

Menspesifikasikan Model

Hoyle (1998) dalam Wijanto (2008) mengatakan bahwa analisis tidak akan dimulai sampai peneliti menspesifikasikan sebuah model yang menunjukkan hubungan di antara variabel-variabel yang akan dianalisis.

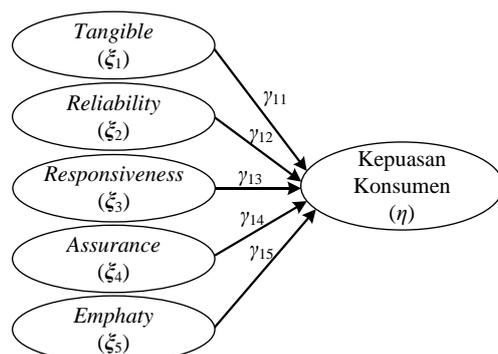
Spesifikasi Model Pengukuran

Terdapat enam variabel laten dalam penelitian ini yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan kepuasan konsumen. Yang termasuk ke dalam variabel laten eksogen adalah dimensi *servqual* yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*. Sedangkan yang menjadi variabel laten endogen adalah kepuasan konsumen.

Spesifikasi Model Struktural

Hubungan kausal yang terjadi dalam penelitian ini yaitu masing-masing dimensi *servqual* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- H₁: *Tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.
- H₂: *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.
- H₃: *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.
- H₄: *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.
- H₅: *Emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.



Gambar 1. Model Struktural

Adapun notasi matematik dari model struktural pada Gambar 3.2 dapat ditulis seperti berikut ini.

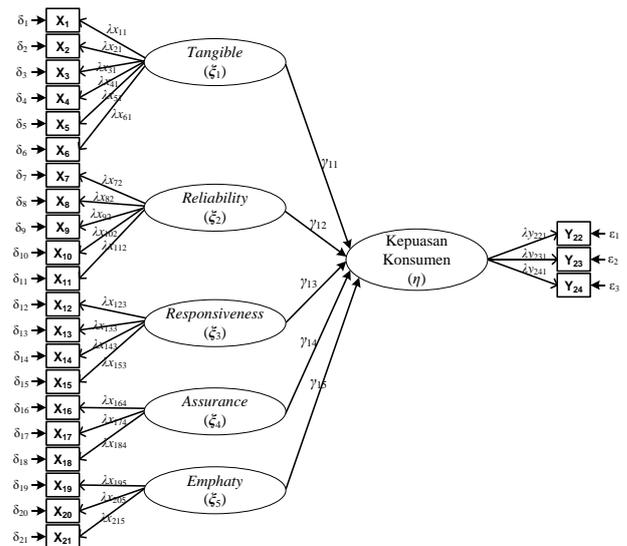
$$\eta = \gamma_1 \zeta_1 + \gamma_2 \zeta_2 + \gamma_3 \zeta_3 + \gamma_4 \zeta_4 + \gamma_5 \zeta_5$$

atau

$$\eta = \gamma_1 \zeta_1 + \gamma_2 \zeta_2 + \gamma_3 \zeta_3 + \gamma_4 \zeta_4 + \gamma_5 \zeta_5$$

Path Diagram

Setelah mendefinisikan variabel-variabel laten dan variabel-variabel teramati serta mendefinisikan hubungan kausal di antara variabel-variabel laten, maka selanjutnya dibuatlah diagram lintasan (*path diagram*) untuk mempresentasikan masalah yang diteliti.



Gambar 2. Path Diagram

Notasi matematis atau persamaan linear dari gambar *full hybrid* di atas dapat ditulis sebagai berikut.

Model Pengukuran

$$\begin{aligned} X_1 &= \lambda_{X11} \zeta_1 + \delta_1 & X_9 &= \lambda_{X92} \zeta_2 + \delta_9 & X_{17} &= \lambda_{X174} \zeta_4 + \delta_{17} \\ X_2 &= \lambda_{X21} \zeta_1 + \delta_2 & X_{10} &= \lambda_{X102} \zeta_2 + \delta_{10} & X_{18} &= \lambda_{X184} \zeta_4 + \delta_{18} \\ X_3 &= \lambda_{X31} \zeta_1 + \delta_3 & X_{11} &= \lambda_{X112} \zeta_2 + \delta_{11} & X_{19} &= \lambda_{X195} \zeta_5 + \delta_{19} \\ X_4 &= \lambda_{X41} \zeta_1 + \delta_4 & X_{12} &= \lambda_{X123} \zeta_3 + \delta_{12} & X_{20} &= \lambda_{X205} \zeta_5 + \delta_{20} \\ X_5 &= \lambda_{X51} \zeta_1 + \delta_5 & X_{13} &= \lambda_{X133} \zeta_3 + \delta_{13} & X_{21} &= \lambda_{X215} \zeta_5 + \delta_{21} \\ X_6 &= \lambda_{X61} \zeta_1 + \delta_6 & X_{14} &= \lambda_{X143} \zeta_3 + \delta_{14} & Y_{22} &= \lambda_{Y221} \eta + \varepsilon_1 \\ X_7 &= \lambda_{X72} \zeta_2 + \delta_7 & X_{15} &= \lambda_{X153} \zeta_3 + \delta_{15} & Y_{23} &= \lambda_{Y231} \eta + \varepsilon_2 \\ X_8 &= \lambda_{X82} \zeta_2 + \delta_8 & X_{16} &= \lambda_{X164} \zeta_4 + \delta_{16} & Y_{24} &= \lambda_{Y241} \eta + \varepsilon_3 \end{aligned}$$

Model Struktural

$$\eta = \gamma_{11} \zeta_1 + \gamma_{12} \zeta_2 + \gamma_{13} \zeta_3 + \gamma_{14} \zeta_4 + \gamma_{15} \zeta_5$$

Sumber Data

Terdapat dua jenis sumber data dalam penelitian ini

- Data Primer, data yang diperoleh peneliti dari hasil observasi, wawancara dengan karyawan, dan penyebaran kuesioner kepada responden (konsumen).
- Data Sekunder, data yang diperoleh peneliti dari perusahaan, seperti data jumlah peserta, dan data umum perusahaan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah peserta yang sedang mengikuti program LP3G mengenai pengembangan profesi guru melalui pembuatan karya ilmiah dengan jumlah 163 orang.

Dalam Wijanto (2008), dewasa ini estimator yang paling banyak digunakan dalam SEM adalah *Maximum Likelihood Estimator*. Untuk estimasi ML Bentler dan Chou (1987) dalam Wijanto, 2008 menyarankan bahwa paling rendah 5 rasio responden per variabel teramati akan mencukupi untuk distribusi normal ketika sebuah variabel laten mempunyai beberapa indikator (variabel teramati). Jadi dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak:

$n = 5$ responden per variabel teramati x jumlah variabel teramati

$n = 5 \times 24 = 120$

Teknik pengambilan sampel menggunakan *Proportionate Stratified Random Sampling*. Teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proposional. Maka perhitungan jumlah sampel yang diambil adalah sebagai berikut:

1. Kota Serang : $(35/163) \times 120 = 25.767 \approx 26$
2. Kab. Serang : $(46/163) \times 120 = 33.865 \approx 34$
3. Kota Cilegon : $(30/163) \times 120 = 22.086 \approx 22$
4. Kab. Pandeglang : $(52/163) \times 120 = 38.282 \approx 38$

Tabel 1. Proporsi Responden

Daerah Bimbingan	Populasi	Sampel
Kota Serang	35	26
Kabupaten Serang	46	34
Kota Cilegon	30	22
Kabupaten Pandeglang	52	38
Jumlah	163	120

Cara Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode survey dengan angket. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2002). Angket ini diberikan kepada responden secara langsung. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket tertutup untuk mendapatkan data tentang indikator dari variabel yang dikembangkan dalam penelitian ini.

Data diukur dari persepsi responden atas pertanyaan atau pernyataan yang diajukan. Untuk menentukan nilai atas persepsi responden dibentuk sebuah kuesioner dengan menggunakan pengukuran skala Likert. Skala Likert sering disebut (dan memang tergolong) skala sikap, skala tentang sikap yaitu sikap setuju dan tidak setuju terhadap sesuatu (yang bisa disetujui dan tidak disetujui). Skala Likert ada kalanya "menghilangkan" tengah-tengah kutub setuju dan tidak setuju, responden dipaksa untuk "masuk" ke "blok" setuju atau tidak setuju. Hal ini didasarkan untuk menghindari ekstrim bias dimana responden cenderung

memberikan pendapat yang netral (nilai tengah), sehingga dapat menyebabkan kesulitan dalam pengukuran variabel. Oleh karena itu pada penelitian ini skor yang digunakan hanya empat.

Tabel 2. Skala Kuesioner

Skor	Kriteria
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Setuju
4	Sangat Setuju

Cara Pengolahan Data

1. Pengolahan Profil Responden

Profil responden yang didapat dari hasil kuesioner kemudian dipersentasikan untuk mengetahui jumlah dari masing-masing karakteristik responden.

2. Pengolahan Model Pengukuran

Bentuk model pengukuran SEM adalah CFA Model (*Confirmatory Factor Analysis*). Setelah model pengukuran dispesifikasikan, kemudian diinput ke program SIMPLIS untuk kemudian dilakukan uji kecocokan, uji validitas, dan uji reliabilitas variabel terhadap konstruk.

3. Pengolahan Model Struktural

Setelah kecocokan, validitas, dan reliabilitas model pengukuran adalah baik, maka selanjutnya memasukkan persamaan struktural ke program SIMPLIS untuk model pengukuran CFA sebelumnya. Kemudian hasil dari program diuji koefisien hubungan antar variabel laten

Cara Menganalisis Data

Pada tahap ini akan dijelaskan tentang analisa dari pengolahan data yang telah diolah sebelumnya. Dan yang dianalisis adalah sebagai berikut:

a. Analisis Profil Responden

Pada bagian ini membahas karakteristik konsumen yang menjadi responden penelitian ini. Analisis terhadap karakteristik pelanggan ini dilakukan dengan menggunakan *pie chart*.

b. Analisis Model Pengukuran

Menganalisis hasil model pengukuran CFA meliputi uji kecocokan model, validitas, dan reliabilitas serta koefisien hubungan.

c. Analisis Model Struktural

Menganalisis koefisien hubungan antara variabel eksogen *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap variabel endogen kepuasan.

Cara Membuat Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini dibuat suatu kesimpulan yang merangkum seluruh hasil penelitiannya serta menjawab permasalahan yang terjadi sehingga tujuan penelitian ini tercapai. Diharapkan saran yang dibuat dengan berlandaskan kepada kesimpulan tersebut dapat bermanfaat bagi LP3G sebagai objek dari penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen LP3G

Berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan dapat diketahui karakteristik responden yang menjadi konsumen LP3G. Berikut adalah beberapa karakteristik dari responden:

1. Jenis Kelamin Responden

Hasil pengumpulan data mengenai karakteristik konsumen dari sejumlah responden yang menjadi sampel pada penelitian ini, terlihat bahwa konsumen LP3G lebih banyak berjenis kelamin perempuan, hal ini berdasarkan Gambar 4.1 yang menunjukkan proporsi jenis kelamin responden yaitu laki-laki 47% dan perempuan 53%.

2. Usia Responden

Berdasarkan Tabel 4.4, usia responden didominasi oleh rentang usia 46-50 tahun sebanyak 46% sedangkan usia lebih dari 50 tahun, usia 40-45 dan kurang dari 40 tahun masing-masing sebanyak 31%, 20% dan 3%. Gambar 4.2 menunjukkan proporsi terkecil berada pada usia kurang dari 40 tahun yaitu sebanyak 3%. Hal ini dapat disebabkan oleh keaktifan konsumen untuk mengikuti kegiatan pengembangan profesi sehingga di usia kurang dari 40 tahun sudah berada di golongan IVA.

3. Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan terakhir responden didominasi oleh tingkatan strata yang ditunjukkan Gambar 4.3, dengan S2 lebih banyak jumlahnya dengan persentase sebesar 39%, dan S1 dengan persentase sebesar 37%. Sedangkan tingkatan Diploma dan SMA masing-masing sebesar 15% dan 9%. Responden yang berasal dari tingkatan Diploma dan SMA disebabkan oleh beberapa konsumen yang berusia di atas 50 tahun, yang sejak pengangkatan pegawai negeri hingga saat ini tidak melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.

4. Jabatan Responden

Berdasarkan Gambar 4.4, responden yang menjabat sebagai guru berjumlah 38%, sedikit lebih banyak dari jabatan kepala sekolah dengan jumlah 35% dan pengawas sekolah dengan jumlah 27%.

5. Masa Jabatan Responden

Hasil dari Gambar 4.5 menunjukkan bahwa 60% dari responden mempunyai masa jabatan kurang dari 16 tahun. Hal ini sejalan dengan jumlah jabatan kepala sekolah dan pengawas sekolah. Sedangkan masa jabatan 21-25 tahun, 16-20 tahun, dan lebih dari 25 tahun berturut-turut sebanyak 18%, 14%, dan 8%.

6. Sumber Informasi

Responden yang mengikuti program LP3G mengetahui informasinya dari teman sebanyak 50%, sedangkan responden yang membaca informasi dari koran sebanyak 15%, dan responden yang tertarik mengikuti program LP3G dari promosi yang dilakukan LP3G sebanyak 35%.

Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan di LP3G

Hipotesa awal penelitian ini menentukan bahwa kepuasan konsumen LP3G dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diukur oleh dimensi *servqual* yang terdiri dari variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Dari setiap variabel dimensi kualitas pelayanan tersebut diukur oleh indikator-indikator atau variabel teramati yang mempengaruhinya.

Penelitian ini menggunakan metode SEM yang didasarkan atas variabel laten yang hanya dapat diamati secara tidak langsung dan tidak sempurna melalui efeknya pada variabel teramati. Variabel laten terbagi menjadi 2 yaitu variabel eksogen dan endogen. Dalam hal ini variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* yang merupakan dimensi kualitas pelayanan dianggap sebagai variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi dan termasuk ke dalam variabel eksogen, sedangkan variabel yang dipengaruhi yaitu kepuasan konsumen yang merupakan variabel terikat dan termasuk variabel endogen.

Variabel teramati yang berkaitan dengan variabel latennya dibentuk dari literatur yang dipakai dan hasil survey awal terhadap objek penelitian. Variabel *tangible* dibentuk oleh 6 indikator/variabel teramati yang berkaitan dengan tampilan fisik/keberwujudan dari LP3G yang terlihat langsung oleh konsumen. Variabel *reliability* dibentuk oleh 5 variabel teramati yang berkaitan dengan keandalan manajemen LP3G dalam memberikan pelayanan. Variabel *responsiveness* dibentuk oleh 4 variabel teramati yang berkaitan dengan ketanggapan karyawan LP3G dalam melayani konsumen. Variabel *assurance* dibentuk oleh 3 variabel teramati yang berkaitan dengan kompetensi karyawan dalam meyakinkan konsumen. Variabel *emphaty* dibentuk oleh 3 variabel teramati yang berkaitan dengan perhatian individual terhadap konsumen. Sedangkan variabel kepuasan konsumen juga diukur menggunakan variabel teramati yang berjumlah 3 indikator yang berkaitan dengan persepsi konsumen.

Hasil pengolahan SEM menggunakan LISREL menunjukkan *tangible* memiliki nilai t-values sebesar -1.17 terhadap kepuasan yang berarti mempunyai pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen LP3G dan menyisakan satu variabel teramati X4 sebesar 14.20 yang dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 0.00, hal ini menunjukkan bahwa variabel teramati X4 teruji validitas dan reliabilitasnya untuk mengukur *tangible* karena nilai faktor lain yang lebih kecil.

Reliability memiliki nilai t-values sebesar 2.40 yang berarti mempunyai pengaruh positif secara signifikan terhadap konsumen LP3G dengan menyisakan satu variabel teramati X8 sebesar 11.23 yang dipengaruhi faktor lain sebesar 0.00, hal ini menunjukkan bahwa X8 valid mengukur *reliability*. Sedangkan nilai pengaruh *reliability* terhadap kepuasan sebesar 0.33.

Responsiveness berdasarkan memiliki nilai t-values sebesar -1.54 yang berarti mempunyai pengaruh negatif

yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen LP3G dengan menyisakan dua variabel X12 dan X13. Variabel X12 dihitung secara *default* oleh LISREL artinya X12 sudah valid, sedangkan X13 kurang baik karena nilai pengaruh 3.79 lebih kecil dari nilai faktor lain sebesar 4.88.

Assurance memiliki nilai t-values sebesar -0.81 yang berarti mempunyai pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen LP3G dengan menyisakan satu variabel teramati X17 sebesar 14.02 yang dipengaruhi faktor lain sebesar 0.00, hal ini menunjukkan bahwa variabel X17 valid mengukur *assurance*.

Empathy memiliki nilai t-values sebesar 2.63 yang berarti mempunyai pengaruh positif secara signifikan terhadap konsumen LP3G dengan menyisakan dua variabel teramati X19 dan X20 dan keduanya valid mengukur empathy karena nilai faktor lain yang kecil. Sedangkan nilai pengaruh empathy terhadap kepuasan sebesar 0.63.

Dari uji pengaruh yang dilakukan, hanya variabel *reliability* dan *emphaty* yang mempengaruhi kepuasan konsumen secara positif dan signifikan. Hal ini dikarenakan banyak faktor seperti kuesioner penelitian yang kurang baik validitas dan reliabilitasnya, kesalahan pengisian kuesioner oleh responden, atau memang pihak manajemen LP3G yang kurang memperhatikan dimensi *tangible*, *responsiveness* dan *assurance* dalam pelayanannya.

Dominasi Dimensi Kualitas Pelayanan

Dari pengaruh dimensi kualitas pelayanan hanya dimensi *reliability* dan *emphaty* yang secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen LP3G, berdasarkan diketahui bahwa pengaruh *emphaty* lebih dominan dengan pengaruh sebesar 0.63.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Dimensi *servqual* yang mempengaruhi kepuasan konsumen LP3G secara positif dan signifikan adalah dimensi *reliability* dan *emphaty*. Dari lima dimensi *servqual* yang berkaitan dengan kepuasan konsumen LP3G, berikut adalah urutan berdasarkan nilai pengaruh paling besar yaitu: *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, *tangible*, dan *assurance*. Dimensi *emphaty* memiliki nilai pengaruh paling besar (dominan) terhadap kepuasan konsumen LP3G sebesar 0.63.

Saran

Saran untuk Perbaikan Pelayanan LP3G, Manajemen LP3G harus lebih memperhatikan faktor tampilan fisik/keberwujudan, karena ini akan terlihat langsung oleh konsumen dalam menciptakan persepsi yang baik maupun buruk. Karyawan LP3G harus lebih tanggap dengan permintaan, pertanyaan, keluhan, serta kesulitan konsumen agar tercipta persepsi keandalan yang baik dimata konsumen. Kompetensi karyawan

sangat dibutuhkan untuk menimbulkan kepercayaan konsumen terhadap LP3G.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah agar memperbanyak indikator dari setiap variabel laten sehingga pada saat pengujian validitas dan menghilangkan indikator yang tidak valid, tidak menyisakan satu indikator.

DAFTAR PUSTAKA

Ariyani, E.R. 2008. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan. *Jurnal Teknik Industri*, Jakarta: Universitas Gunadarma.

Erlangga, Rd.Andhika.LLB., 2010, Analisis Kepuasan Pelanggan Telkom Speedy serta Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Pendekatan Servqual dan AMOS, *Tugas Akhir*, Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Cilegon.

Ghozali, I dan Fuad. 2008. *Structural Equation Modeling: Teori Konsep dan Aplikasi dengan Program LISREL 8.80 Edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Griselda G dan Panjaitan T.M. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua, *DeRema Jurnal Manajemen*, Vol. 2 No. 1, hal. 39-62.

Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 84 Tahun 1993 Tentang Jabatan Fungsional Guru dan Angka Kreditnya.

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid (alih bahasa). Edisi Milenium. Jakarta: Penerbit PT. Prenhallindo.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L (1988), *SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, *Journal of Retailing*, Vol. 4(1)

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. 1985, A Conceptual Model of Service Quality and it's Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, Vol. 4: 41-56.

Ramadiani. 2010. Structural Equation Model untuk Analisis Multivariate Menggunakan LISREL, *Jurnal Informatika Mulawarman*, Vol. 5 No. 1, halaman 14-18.

Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: Andi Offset.

Triwidiastuti, S.E. 2008. Kajian Perbandingan Metodologi Costumer Satisfaction Index Indonesia dan Negara Lain, *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Volume 4 No. 2, 85-99.

Widagdo B. dan Widayat. 2011. *Pemodelan Persamaan Struktural*, Cetakan Pertama. Malang: UMM Press.

Wijanto, S.H. 2008. *Structural Equation Modeling dengan LISREL 8.8*, Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.