

Pengaruh Komunikasi, Lingkungan Kerja Dan Kepemimpinan Terhadap Motivasi Kerja Dan Efektivitas Kerja Geuchik Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen
Banta Husen, A. Hadi Arifin, Marbawi Adamy

Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) dan Kinerja Pegawai Politeknik Negeri Lhokseumawe
Fachrul Rizal

Pengaruh Kecerdasan Emosional, Spiritual, Dan Intelektual Terhadap Kompetensi Dan Kinerja Pegawai Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Bireuen Anwar, Apridar, Mariyudi

Pengaruh Kompetensi Komunikasi Dan Kemampuan Beradaptasi Terhadap Semangat Kerja Dan Kinerja Penyuluh Pertanian Lapangan Pada Badan Pelaksana Penyuluhan Dan Ketahanan Pangan Kabupaten Bireuen

Syarifuddin, A. Hadi Arifin, Nurmala

Pengaruh Analisis Jabatan, Pendidikan Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening Pada Sekretariat Daerah Kota Lhokseumawe Syifaul Husna

Pengaruh Kompetensi Pegawai Dan Prosedur Pelayanan Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Lhokseumawe

Feri Taman Y. Zega

Pengaruh Supervisi Akademik Pengawas Sekolah Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Guru Sekolah Menengah Pertama Di Kota Lhokseumawe Dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening

Zubir, Apridar, Aiyub

Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Dan Word Of Mouth Pengguna Jasa Taman Penitipan Anak Di Kota Lhokseumawe

Dhien Fitriana, Rusydi Abubakar, Naufal Bachri

Pengaruh Person-Organization Fit Terhadap Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasional Dan Kinerja Pada Karyawan PT. Bank Aceh Cabang Lhokseumawe

Denny Sumantri Mangkuwinata, Jullimursyida, Ikramuddin.

Pengaruh Pemberdayaan, Self Efficaci dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Surya Madistrindo Cabang Lhokseumawe Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variable Intervenin

Sulaiman, Asnawi, Faisal Matriadi

PROGRAM PASCASARJANA ILMU MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISINIS UNIVERSITAS MALIKUSSALEH-2016

CHNEE-E.

Jurnal Manajemen Indonesia
Diterbitkan oleh:
Program Pascasarjana Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi

Penasehat Advisory (Advisory Editor)
Rektor Universitas Malikussaleh
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh

Penanggung Jawab (Insured Editor) Ichsan, Ph.D

Ketua Penyunting Pelaksana (Chief Editor) Prof. A. Hadi Arifin

Ketua Penyunting Ahli (Managing Editor) Aiyub, S.E., M.Sc

Penyunting Ahli (Scientific Editor)
Prof. Dr. Apridar, Wahyuddin, S.E., M.Si, Ak, Khairil Anwar, S.E., M.Si, Ichsan, Ph.D,
Teuku Zulkarnaen, S.E., M.M, Mariyudi, S.E., M.M, Ghazali Syamni, S.E., M.Sc

Mitra Bestari

Prof. Dr. Ramayah Thurasamy (USM), Prof. Madya Salniza Md. Salleh (UUM), Prof. Dr. Nasir Aziz (Unsyiah), Prof. Dr. Jasman J. Ma'ruf (Unsyiah), Prof. Dr. Adi Zakaria Affif (UI), Dr. Nurdin Sobari (UI), Prof. Dr. Ade Fatma Lubis (USU)

> Sekretariat Veronika, S.E., Effi Yenni, S.H

Pemeriksa Naskah (Copyeditor) Ibrahim, Zubir, Subandi

Jurnal Manajemen Indonesia (J-MIND) terbit dua kali setahun (Juni dan Desember) berisi tentang hasil penelitian, gagasan konseptual dan kajian manajemen aplikasi dan bisnis

Makna Filosofis Sampul J-MIND

Sebagai media disiminasi perkembangan aplikasi sistematis pada teknik maupun metode dan sarana pemecahan masalah mendasar di bidang ilmu manajemen. Logo J-MIND dalam bentuk struktur bangunan kokoh yang dibangun di atas dasar ilmu pengetahuan dan sains. Piramida melambangkan tingkatan tanggung jawab manajerial. Secara keseluruhan warna-warna pada sampul mengandung arti bahwa warna biru bersifat profesional, kepercayaan, warna orange keemasan melambangkan kemulian. Warna hijau daun melambangkan kesejahteraan

Alamat Sekretaris Redaksi Program Pascasarjana Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh

Jl. Tgk. Chik Di Tiro No. 26 Lancang Garam Lhokseumawe, Telp. 0645-41373, Fax. 0645-44450 Po.Box.141 Laman: http://ppimfe.unimal.ac.id
Dicetak oleh:

Penerbit Percetakan (Sefa Bumi Persada-Lhokseumawe)

DAFTAR ISI

Pengaruh Komunikasi, Lingkungan Kerja Dan Kepemimpinan Terhadap Motivasi Kerja Dan Efektivitas Kerja Geuchik Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen Oleh: Banta Husen, A. Hadi Arifin, Marbawi Adamy ~ 1

Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Organizational Citizenship Behavior (OCB) dan Kinerja Pegawai Politeknik Negeri Lhokseumawe Oleh: Fachrul Rizal ~ 15

Pengaruh Kecerdasan Emosional, Spiritual, Dan Intelektual Terhadap Kompetensi Dan Kinerja Pegawai Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Bireuen Oleh: Anwar, Apridar, Mariyudi ~ 22

Pengaruh Kompetensi Komunikasi Dan Kemampuan Beradaptasi Terhadap Semangat Kerja Dan Kinerja Penyuluh Pertanian Lapangan Pada Badan Pelaksana Penyuluhan Dan Ketahanan Pangan Kabupaten Bireuen

Oleh: Syarifuddin, A. Hadi Arifin, Nurmala ~ 36

Pengaruh Analisis Jabatan, Pendidikan Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening Pada Sekretariat Daerah Kota Lhokseumawe

Oleh: Syifaul Husna ~ 51

Pengaruh Kompetensi Pegawai Dan Prosedur Pelayanan Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Lhokseumawe Oleh: Feri Taman Y. Zega ~ 65

Pengaruh Supervisi Akademik Pengawas Sekolah Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Guru Sekolah Menengah Pertama Di Kota Lhokseumawe Dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening

Oleh: Zubir, Apridar, Aiyub ~ 74

Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Dan Word Of Mouth Pengguna Jasa Taman Penitipan Anak Di Kota Lhokseumawe

Oleh: Dhien Fitriana, Rusydi Abubakar, Naufal Bachri ~ 85

Pengaruh Person-Organization Fit Terhadap Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasional Dan Kinerja Pada Karyawan PT. Bank Aceh Cabang Lhokseumawe Oleh: Denny Sumantri Mangkuwinata, Jullimursyida, Ikramuddin. ~ 95

Pengaruh Pemberdayaan, Self Efficaci dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Surya Madistrindo Cabang Lhokseumawe Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variable Intervenin

Sulaiman, Asnawi, Faisal Matriadi ~ 102

PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN DAN WORD OF MOUTH PENGGUNA JASA TAMAN PENITIPAN ANAK DI KOTA LHOKSEUMAWE

Dhien Fitriana

Program Pascasarjana Ilmu Manajemen Universitas Malikussaleh

Rusydi Abubakar

Program Pascasarjana Ilmu Manajemen Universitas Malikussaleh

Naufal Bachri

Program Pascasarjana Ilmu Manajemen Universitas Malikussaleh

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan dan word of mouth.. Sampel yang digunakan sejumlah 161 orang pengguna jasa taman penitipan anak di Kota Lhokseumawe. Alat analisis yang digunakan adalah analisis jalur (path analysis) dengan metode SEM (structural equation modelling) menggunakan Amos, 20. Penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan word of mouth (WOM) serta variabel kepuasan kerja memediasi variabel eksogen dengan variabel endogen secara penuh (full mediation).

Kata kunci: Kualitas jasa, kepuasan, word of mouth.

Latar Belakang Masalah

Sumber daya manusia yang berkualitas merupakan kunci kesuksesan suatu bangsa, dan cara untuk memperolehnya adalah melalui pendidikan.

Di Indonesia sendiri seiring waktu, dunia pendidikan semakin hari semakin luas mencakup rentang usia, jika dulu usia termuda yaitu TK, sekarang pendidikan secara resmi telah diadakan untuk anak usia dini yaitu usia 0-5 tahun melalui layanan Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) yang sekarang banyak bisa kita temui di kota maupun pelosok desa .Salah satu program PAUD ialah Taman Penitipan Anak (TPA), dimana di TPA ini anak usia dini beraktivitas setengah hari maupun seharian penuh selama orangtuanya bekerja.

Pada umumnya biaya dan fasilitas yang ditawarkan perusahaan jasa hampir sama, maka untuk memilih sebuah perusahaan jasa konsumen akan melihat dari segi kualitas jasa di tempat tersebut, kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2007).

Kepuasan orang tua yang menggunakan taman penitipan anak (TPA) merupakan salah satu upaya untuk menciptakan hubungan baik TPA itu sendiri yang antara dengan Konsumen vang memperoleh produk atau jasa yang sesuai atau melebihi harapan, cenderung akan memberikan tanggapan yang positif bagi perusahaan. Salah satunya dengan word of mouth kepada rekan-rekannya.

Perumusan Masalah

 Bagaimana pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pengguna jasa taman penitipan anak di kota Lhokseumawe?

- 2. Bagaimana pengaruh kualitas jasa terhadap Word Of Mouth penggunaan jasa taman penitipan anak di kota Lhokseumawe?
- 3. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap *Word Of Mouth* pengguna jasa taman penitipan anak di kota Lhokseumawe?
- 4. Apakah kepuasan memediasi hubungan antara kualitas jasa dengan word of mouth pengguna jasa taman penitipan anak di Kota Lhokseumawe?

Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini, yaitu

- Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pengguna jasa taman penitipan anak di Kota Lhokseumawe.
- 2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas jasa terhadap word of mouth pengguna jasa taman penitipan anak di Kota Lhokseumawe.
- 3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kepuasan terhadap word of mouth pengguna jasa taman penitipan anak di Kota Lhokseumawe.
- 4. Untuk menganalisis dan mengetahui efek mediasi variabel kepuasan antara kualitas jasa dengan word of mouth pengguna jasa taman penitipan anak di Kota Lhokseumawe

Manfaat Penelitian

- 1. Manfaat Teoritis
- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan bahwa secara empiris terdapat pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan maupun word of mouth pengguna jasa taman penitipan anak serta memberi bukti empiris bahwa variabel kepuasan memberikan efek

mediasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan word of mouth.

b. Bagi peneliti lain penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian lebih lanjut dengan variabel yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti, dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan maupun word of mouth pengguna jasa taman penitipan anak di Kota Lhokseumawe dengan kepuasan sebagai yariabel intervening.

b. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menjadi referensi, serta literatur dalam bidang manajemen SDM sehingga dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya yang terkait dan sejenis.

c. Bagi pengelola jasa Taman Penitipan Anak (TPA) di Kota Lhokseumawe, dapat menjadi salah satu sumber informasi yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan guru maupun petugas untuk meningkatkan kepuasan pengguna TPA, dan sebagai bahan evaluasi dalam upaya peningkatan pelayanan.

d. Bagi Pemerintah Daerah dengan semua unsur terkaitnya agar dapat menerapkan kebijakan yang mendukung jasa Taman Penitipan Anak di Kota Lhokseumawe dengan segala unsur di dalamnya agar berjalan dengan lebih baik dalam rangka menghindari penelantaran serta memberikan pengasuhan dan pendidikan terbaik bagi Anak Usia Dini di Kota Lhokseumawe.

Tinjauan Pustaka Kualitas Jasa

Menurut Lovelock dan Wright (2007) kualitas jasa adalah evaluasi kognitif jangka panjang terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Goesth dan Davis, 2000).

perusahaan dalam Suatu mempertimbangkan penerapan kualitas jasa berhubungan dengan bagaimana perusahaan tersebut memposisikan dirinya dalam memahami nilai dasar pelanggan yang tercermin pada konsep kepuasan pelanggan yang kuat (Gwinner et al 1998). Boulding et al (1993), sangat percaya bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap lovalitas dan WOM positif. Kualitas layanan berhubungan dengan loyalitas konsumen dan komunikasi WOM yang positif (Zeithaml, Berry dan Parasuraman 1996). Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap komunikasi wom (Harrison-Walker, 2001).

Parasuraman et al. (1988) dalam Kotler dan Keller (2007) dan dalam Lovelock dan Wright (2007), dari sepuluh dimensi service quality yang dihasilkan dari penelitian sebelumnya ditemukan intisari dari kualitas layanan yang dilebur menjadi lima dimensi dari service quality yang dikenal sebagai SERVQUAL yaitu Kehandalan (Reliability), Ketanggapan (Responsiveness), Jaminann (Assurance),) Empati (Empathy), dan Keberwujudan (Tangibles).

Kepuasan

Kotler (2000) menyebutkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) sesuatu produk dengan sedangkan Supranto (2006)harapannya. mengatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang Apabila kinerja dirasakan dengan harapan. dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pelanggan masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi.

Fornell et. al. (1996) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tinggi apabila nilai yang dirasakan melebihi harapan pelanggan. Penerimaan produk dengan kualitas yang lebih tinggi akan mendapatkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi daripada penerimaan produk dengan kualitas yang lebih rendah (Kennedy et.al., 2006).

Kepuasan konsumen dipengaruhi dua faktor yaitu harapan dan pengalaman yang dirasakan oleh konsumen (Yi, 1990). adapun pengalaman yang dirasakan atas suatu kinerja pelayanan itu sendiri dipengaruhi oleh persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan, bauran pemasaran nama merek atau image terhadap perusahaan, (Andreassen, 1994).

Pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2006).

Defenisi Word Of Mouth

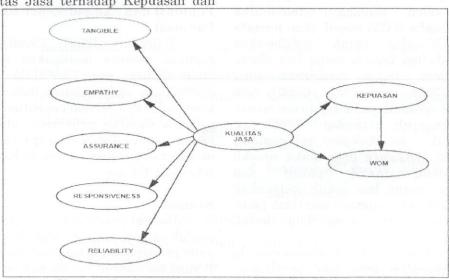
Model pasar tradisional umumnya berkonsentrasi pada satu individu saja daripada mengambil interaksi sosial sebagai pertimbangan. Namun, individu-individu terikat satu sama lain dengan ikatan tak terlihat dimana ia menerima saran dari orang lain yang mempengaruhi pembeliannya, hal ini dikenal dengan efek word of mouth (WOM) (Cigdem Karakaya, Bertan Badur dan Can Aytekin, 2011)

Pengertian dari word of mouth menurut Word Of Mouth Marketing Association adalah usaha meneruskan informasi dari satu konsumen ke konsumen lain (www.womma.com, 2007).

Word of Mouth adalah kegiatan yang terdiri dari pikiran, ide-ide dan informasi yang dibagikan di antara pelanggan dari pengalaman pribadi mereka, menurut Mikkelsen dkk, (2003) dalam Ghorban dan Tahernejad (2012).

Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini penulis mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mirah Ayu Putri Trarintya (2011) yang berjudul Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan dan Word Of Mouth (studi kasus pasien rawat jalan di Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar). Pada penelitian ini penulis menambahkan satu hipotesa yaitu mencari peran kepuasan dalam memediasi kualitas jasa dengan WOM, dengan gambar kerangka konseptual pada gambar berikut:



Gambar Kerangka Konseptual Penelitian Sumber: Trarintya (2011)

Hubungan Kualitas Jasa dengan Kepuasan Pelanggan

Brady dan Robertson (2001) mengatakan bahwa kepuasan ini merupakan hasil evaluasi kualitas jasa. Secara teoritis ketika jasa yang diberikan mampu memenuhi atau melampaui pengharapan atau ekspektasi pelanggan maka pelanggan tersebut merasa puas (Parasuraman et al., 1988).

Secara empiris banyak penelitian dengan latar belakang sampel yang berbeda beda telah membuktikan bahwa kualitas jasa mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan seperti yang diungkapkan oleh Sumarno (2002), Vandaliza (2007), Wiyono dan Wahyudin, Manulang (2008) dan Akbar dan Parvez (2009) juga mengungkapkan hal serupa yakni kualitas jasa dilihat dari lima dimensi : tangible, reliability, responsiveness, assurance, emphaty memiliki dampak positif bagi kepuasan pelanggan.

Kualitas Jasa dan Word of Mouth

Boulding et al. (1993), sangat percaya bahwa kualitas jasa berpengaruh secara positif terhadap loyalitas dan WOM positif. Kualitas layanan berhubungan dengan loyalitas konsumen dan komunikasi WOM yang positif (Zeithamal et al.,1996). Kualitas jasa berpengaruh positif terhadap komunikasi WOM (Harrison dan Walker, 2001).

Penelitian yang dilakukan Reingen dan Walker (2001) bahwa WOM 7 kali lebih efektif dibandingkan iklan di majalah dan koran, 4 kali lebih efektif dari personal selling serta 2 kali lebih efektif daripada iklan radio pada usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam mempengaruhi pelanggan untuk beralih menggunakan produk perusahaan tersebut. Harrison dan Walker (2001) menyatakan bahwa kualitas jasa merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi WOM.

Hubungan Kepuasan dengan WOM

Menurut Tiiptono (2002) adanya kepuasan pelanggan akan dapat menjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen. Menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut akan dapat menguntungkan perusahaan. Semaraknya promosi atau iklan sangat membuat konsumen kewalahan dalam menentukan pilihan, namun kecenderungan manusia sebagai mahluk social yang sangat tergantung dengan sesamanya membuat konsumen cenderung mengandalkan pendapat atau saran orang lain untuk memperkuat pilihannya dalam memilih suatu jasa

Brown et al. (2005) menyatakan bahwa ketika seorang pemasar mampu menawarkan tingkat kepuasan yang maksimal kepada konsumen, maka konsumen akan memiliki kecenderungan untuk melakukan positive word of mouth. Selain itu dia juga menyatakan bahwa pengaruh positif terdapat antara kepuasan pelanggan dan word of mouth.

Dalam sebuah studi yang dilakukan oleh US Office of Consumer Affairs (Kantor Urusan

Pelanggan Amerika Serikat) menunjukkan bahwa WOM memberikan efek yang signifikan terhadap penilaian pelanggan. Dalam studi tersebut disebutkan bahwa secara rata-rata, pelanggan tidak puas akan mengakibatkan sembilan calon pelanggan lain yang akan menyebabkan ketidakpuasan. Sedangkan pelanggan yang puas hanya akan mengabarkan kepada lima calon pelanggan lain.Ketika konsumen puas, maka WOM positif akan tercipta dan mereka lebih suka untuk memberikan rekomendasi pembelian kepada orang lain (Swan dan Oliver, 1989). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wirts and Chew (2002) juga mendukung hasil tersebut yaitu kepuasan secara signifikan berpengaruh terhadap WOM dan keinginan untuk melakukan rekomendasi pembelian. Ketika konsumen puas maka mereka memberikan WOM positif merekomendasikan orang lain untuk melakukan pembelian. Sedangkan konsumen yang tidak puas. mereka akan melarang orang lain untuk melakukan pembelian.

Kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi hasil kinerja, termasuk loyalitas dan komunikasi WOM atau minat mereferensikan. Oleh sebab itu, kepuasan pelanggan mendorong terciptanya komunikasi WOM (Thurau et al., 2003). Babin et al. (2005) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap minat WOM. Kepuasan pelanggan berhubungan kuat secara positif terhadap WOM (Ranaweera dan Prabhu, 2003 dan Brown et al., 2005).

Mediasi Kepuasan antara Kualitas Jasa dan WOM

Kotler dan Keller (2008) dan Oliver dalam Zeithaml et al. (2006) mengemukakan bahwa kepuasan juga merupakan respon terhadap pemenuhan, yaitu penilaian terhadap kemampuan fitur produk atau jasa. atau produk dan jasa itu sendiri untuk kesenangan menciptakan dalam kaitannya dengan kegiatan konsumsi. Selain itu, hasil juga sesuai dengan penelitian dilakukan oleh Kasim dan Ismail (2009) yang menunjukkan bahwa kualitas jasa berpengaruh signifikan terhadap WOM melalui kepuasan. Hasil penelitian dari Djati dan Darmawan kualitas (2004), juga menyatakan bahwa lavanan terbukti secara signifikan dan berpengaruh kuat terhadap minat mereferensikan atau WOM dengan melalui kepuasan terlebih dahulu.

Hipotesis

- H1: Kualitas Jasa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan
- H2: Kualitas jasa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap WOM
- H3: Kepuasan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap WOM

H4: Kepuasan memediasi hubungan antara variabel kualitas jasa dengan WOM

Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Lhokseumawe, dan yang menjadi objek penelitian adalah warga kota Lhokseumawe dan sekitarnya pengguna jasa taman penitipan anak.(TPA)

Populasi dan Sampel Penelitian Populasi

Malhotra (2007) mengatakan bahwa populasi sasaran merupakan sekumpulan data atau elemen yang memiliki informasi yang dibutuhkan untuk dapat dianalisa dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran penelitian adalah warga kota Lhokseumawe dan sekitarnya yang menggunakan jasa taman penitipan anak di Kota Lhokseumawe sebanyak 335 orang.

Sampel

Dalam penelitian ini penentuan besarnya jumlah sampel yang diambil oleh peneliti mengacu pada pendapat yang dikemukakan Hair dkk dalam Ferdinand (2006) menemukan bahwa ukuran sampel yang sesuai adalah antara 100-200.

Pada penelitian ini melibatkan sebanyak 23 indikator untuk 5 variabel laten sehingga merujuk pendapat Hair, diperlukan ukuran sampel minimal 7x23 atau sebesar 161 orang.

Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan data dari responden yang menjadi sampel dilakukan dengan teknik non probability sampling, yakni tiap responden yang memenuhi kriteria tidak mempunyai kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih menjadi responden (Malhotra, 2007). Metode probability sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah convenience sampling dimana pengambilan sampel dilakukan pada responden yang termudah diakses dan bersedia menjadi responden. Meskipun demikian dalam menentukan sampel untuk memperoleh didasarkan pada kriteria khusus terhadap sampel yaitu saat ini menggunakan menggunakan jasa penitipan anak di TPA di Kota Lhokseumawe.

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis dan sumber data yang digunakan adalah:

Data primer, merupakan data langsung dari objek penelitian. Pada penelitian ini yaitu data yang didapatkan dari responden yang menggunakan jasa penitipan anak di TPA di Kota Lhokseumawe.

Data sekunder, yaitu data dari tinjauan kepustakaan melalui *literature*, jurnal-jurnal penelitian dan situs internet .

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan instrumen kuisioner, yaitu sekumpulan pertanyaan tertulis untuk mendapatkan informasi dari responden (Malhotra, 2007).

Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	No. Item
	Tangible	Kemampuan pemberi jasa	1. Tempat dan lokasi yang	(1)
		dalam menunjukkan	terjangkau	(2)
		eksistensinya kepada pihak	2. Kebersihan dan kenyamanan	(3)
		eksternal (Zeithaml, 2004).	ruangan	(4)
			3. Fasilitas TPA	
			4. Kebersihan dan kerapian guru	
			dan pengelola	
2.	Empathy	Memberikan perhatian yang	1. Keramahan dalam melayani	(5)
		tulus dan bersifat individu	orang tua anak	
		atau pribadi kepada pelanggan	2. Hubungan yang baik dengan	(6)
		dengan berupaya memahami	orang tua anak	
		keinginannya (Zeithaml,	3. Memahami kebutuhan orang tua	(7)
		2004).	dan anak	
			4. Kemampuan berkomunikasi	(8)
3.	Assurance	Adanya kepastian yang	1. Orang tua merasa terbantu	(9)
		diberikan untuk	dengan adanya guru di TPA	
		menumbuhkan rasa percaya	2. Pengetahuan yang luas oleh guru	(10)
		pelanggan kepada pelayanan	3. Bersikap sopan santun dan	(11)
		yang diberikan, yang	menggunakan tata bahasa yang	
		mencakup pengetahuan,	baik	
		kemampuan, kesopanan dan		
		sifat yang dapat dipercaya		
		yang dimiliki oleh pemberi		
	ennighter for	jasa (Zeithaml, 2004).		
4.	Responsive	Kemampuan dalam	1. Tanggap terhadap keluhan orang	(12)
	ness	memberikan pelayanan yang	tua	(13)
		cepat (responsif) dan tepat		(14)
		kepada para pelanggan dengan	orang anak	
		menyampaikan informasi yang		
	alitimit in	jelas (Zeithaml, 2004).	masalah	1000
5.	Reliability		1. Kecepatan dalam melayani orang	(15)
		memberikan pelayanan yang		
		dibutuhkan dengan segera,	I Describe to select any arms the	(16)
		akurat, dan memuaskan	waktunya	(17)

		(Zeithami, 2004).	3. Cekatan dalam memberikan pelayanan	
6.	Kepuasan	Kepuasan yaitu tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil dengan apa yang diharapkan (Tjiptono, 2005).	2. Kesan baik terhadap TPA3. Kepercayaan terhadap guru dan	(18) (19) (20)
7.	Word Of Mouth	Word of Mouth adalah kegiatan yang terdiri dari pikiran, ide-ide dan informasi yang dibagikan di antara	2. Senang menceritakan	(21)
		pelanggan dari pengalaman	3. Meyakinkan orang lain untuk menitipkan anak di TPA.	(23)

Metode Analisis Data

Penulis menggunakan metoda The Structural Equation Model (SEM) dalam model dan pengujian hipotesis. SEM atau model persamaan struktural adalah sekumpulan teknikteknik statistik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit, secara simultan (Ferdinand, 2006).

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data seperti yang telah dilakukan didapati bahwa variabel kualitas jasa memiliki pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kepuasan orang tua yang menitipkan anaknya di TPA di Kota Lhokseumawe dengan nilai koefesien estimate regression weight standartdized sebesar 0,524 (52,4%) dan nilai signifikan sebesar 0,000 yang jauh lebih kecil dari 0,05 dengan kata lain bahwa pelaksanaan kualitas jasa yang tinggi (bagus) akan meningkatkan kepuasan orang tua sehingga tidak perlu ragu kepada para guru dan pengelola TPA tersebut.

Selanjutnya dapat dijelaskan pula bahwa kualitas jasa juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap word of mouth dengan koefesien estimate regression weight standartdized sebesar 0,515 (51,5%) dan nilai signifikan sebesar 0,000 yang jauh lebih kecil dari 0,05 dengan kata

lain bahwa kualitas jasa yang baik yang dilakukan baik oleh guru maupun pengelola TPA akan diceritakan bahkan orang lain akan disarankan untuk menitipkan anaknya pada TPA tersebut. Sehingga secara tidak langsung orang tua anak yang mendapatkan pelayanan prima akan sukarela menjadi pengiklan dari TPA tersebut.

Demikian juga halnya dengan variabel kepuasan secara langsung memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap word of mouth dengan koefesien estimate regression weight standartdized sebesar 0,316 (31,6%) dan nilai signifikan sebesar 0,000 yang jauh lebih kecil dari 0,05 dengan kata lain bahwa kepuasan orang tua yang menitipkan anaknya di TPA dapat mempengaruhi word of mouth dan merekomendasikan kepada orang lain agar menitipkan anaknya di TPA tersebut.

Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui apakah penelitian ini menerima atau menolak hipotesis yang telah dibangun berikut ini akan disajikan kesimpulan dari hasil pengujian hipotesis dalam tabel berikut ini:

Pengaruh Variabel Dependen terhadap Variabel Independen

	Pernyataan Hipotesis	Estimate Standardized	S.E.	C.R.	Р	Kesimpulan
1.	Kualitas Jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan	0,524	0,070	5,712	0,000	Diterima (Data Mendukung Model)
2.	Kualitas Jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap word of mouth	0,515	0,056	5,558	0,000	Diterima (Data Mendukung Model)
3.	Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap word of mouth	0,316	0,068	3,627	0,000	Diterima (Data mendukung Model)
4.	Kepuasan memediasi antara kualitas jasa dengan word of mouth	0,166	77774	0,563	0,287	Diterima (Data Mendukung Model)

Sumber: Output Amos-20 Tahun 2014 (diolah kembali)

Berdasarkan seperti hasil diperlihatkan dalam Tabel bahwa keseluruhan pernyataan hipotesis yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel eksogen dan variabel endogen diterima, karena nilai probability (P) keseluruhannya jauh lebih kecil dari nilai signifikan 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, dan word of mouth pengguna TPA di Kota Lhokseumawe. Variabel kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap word of mouth dan juga variabel kepuasan memediasi secara full hubungan antara kualitas jasa dengan word of mouth.

Pembahasan

Pembahasan akan dilakukan bersamaan dengan pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya dengan maksud untuk mendapat jawaban atas pernyataan hipotesis:

- 1. Kualitas Jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan (H1)
- 2. Kualitas Jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap WOM (H2)
- 3. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap WOM (H3)
- 4. Kepuasan memediasi hubungan antara Kualitas Jasa dan WOM,(H4)

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu :

 Penelitian ini terbatas dalam pengambilan sampel pada satu daerah yaitu di TPA yang ada dikota Lhokseumawe sehingga hasil penelitian ini tidak dapat memberikan gambaran secara umum terhadap kondisi dan fenomena yang riel atau terjadi pada TPA-TPA yang lain yang ada di Provinsi Aceh khususnya, sehingga disarankan kepada peneliti berikutnya untuk dapat mengambil lokasi penelitian lebih dari satu sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran dan manfaat lebih luas dan pembanding satu daerah dengan daerah lainnya.

2. Peneilitian ini meneliti tentang efek mediasi kepuasan terhadap variabel kualitas jasa dengan word of mouth, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam menampilkan banyak penelitian terdahulu yang, namun penelitian ini telah memberikan sumbangan bagi ilmu pengetahuan dalam rangka menambah literatur tentang efek mediasi dari suatu variabel.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian dalam pembahasan pada sebelumnya penelitian ini dapat merumuskan beberapa kesimpulan, yaitu:

- 1. Variabel kualiatas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna taman penitipan anak di Kota Lhokseumawe.
- 2. Variabel kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap word of mouth pengguna taman penitipan anak di Kota Lhokseumawe.
- 3. Variabel kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap word of mouth pengguna taman penitian anak di Kota Lhokseumawe.
- 4. Variabel kepuasan memediasi hubungan kualitas jasa dengan word of mouth pengguna taman penitipan anak (TPA) di Kota Lhokseumawe.

Saran

Peneliti memberikan beberapa saran kepada pengelola TPA di Kota Lhokseumawe sebagai berikut:

 Disarankan kepada pimpinan atau pengelola TPA di Kota Lhokseumawe dalam rangka meningkatkan kepuasan pengguna jasa TPA,

pimpinan/pengelola perlu maka memperhatikan dan meningkatkan indikator kualitas jasa yaitu dengan membenahi lebih baik lagi tampilan fisik dari TPA diantaranya dengan tata letak dari penunjang sarana bermain anak agar kelihatan menarik, desains interior maupun eksterior, halaman, lokasi parkir dan lain sebagainya, demikian pula perhatian guru terhadap anak dan orang tuanya perlu ditingkatkan, dan juga jaminan dari bentuk pelayanan yang diberikan juga perlu diperhatikan secara khusus dan juga daya tanggap dan kehandalan juga perlu dipertahankan dan ditingkatkan.

2. Supaya tetap menjaga dan meningkatkan indikator dari kualitas jasa tersebut agar pelayanan terbaik yang diberikan kepada pengguna jasa TPA berdampak kepada nilai jual TPA kepada calon pengguna lainnya dengan cara kerelaan mereka menyebarkan dan menceritakan hal-hal positif

dari jasa taman penitipan anak (TPA).

3. Berupaya memberikan pelayanan yang terbaik agar pengguna jasa TPA puas. Kepuasan yang didapat dari pelayanan yang prima akan berdampak terhadap kemauan mereka secara sukarela untuk menceritakan yang postif kepada orang lain, merekomendasikan jasa TPA tersebut kepada orang lain dan juga mengajak orang lain untuk menggunakan jasa TPA dimana anaknya dititipkan.

4. Supaya tetap menjaga dan mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas jasa dalam berbagai hal sesuai dengan indikator kualias agar tercipta kepuasan dikalangan pengguna jasa TPA yang ada di Kota

Lhokseumawe.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, I.G.N. (2003). Manajemen Penulisan Skripsi, Tesis, Dan Desertasi, Fakultas Ekonimi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Amir, Taufiq M. (2005). Dinamika Pemasaran, PT. Rajagarfindo Persada, Jakarta.
- Andereassen, Tore Wallin. (1994). Satisfaction, Loyalty, and Reputation as Indicators of Customer Orientation in the Public Sector, International Journal of Public Sector Management Vol. 7 (2), pp 16-34, MCB University Press.
- Anderson, J.C. and Narus, A. (1990). A Model of Distributor Firm and Manufacturing Firm Working Partnership, Journal of Marketing Vol 54.
- Assael, H. (1998). Consumer Behavior and Marketing Action. 6th ed. Cincinatti, OH: South Western College Publishing.

- Barsky J. Labagh, R. (1992). A Strategy for Customer Satisfaction, the Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly 5, 32-
- Berger, Jonah., & Schwartz, Eric (2012) What do people Talk About? Drivers of Immediate and Ongoing Word of Mouth
- Birgelen, Marcel van, Ko de Ruyter dan Martin Wetzels. (2000). The Impact of Incomplete Information on the Use of Marketing Research Intelligence in International Service Settings, Journal of Service Research, Vol. 2. No. 4.
- Bone & Fitzerald, P.(1995)Word of Mouth Effects on Short terms and Long term Product Judements, Journal of Business Reasearch, 32, pp 213-23.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., & Ziethaml, V.A. (1993) A dynamic process model of service quality: from expectations to behavioral intentions. Journal of Marketing Research, 30(I),7-27
- Bowen, J.T. & S.L.Chen. (2001). The Relationship Between Costumer Loyalty and Customer Satisfaction, International Journal Contemporary Hospitality Management, May, pp 213-217.
- Cheung, Mee-Shew, M. Meral Anitsal & Ismet Anitsal. (2007) Revisiting Word of Mouth ACross-National Communications: Exploration, Journal of Marketing Theory and Practice, 15, 3:ABI/INFORM Global, p.67
- Cigdem Karakaya, Bertan Badur and Can Aytekin Analyzing the Effectiveness of Marketing Strategies in the Presence of word Of Mouth; Agent Based Modelling approach,
- Davidow, Moshe (2003) Have You Heard The Word? The Effect Of Word Of Mouth On Satisfaction Perceived Justice, Repurchase Intentions Following Complaint Handling, Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour, Volume 16.
- De Matos, Celso Augusto & Rossi, Carlos Alberto of(2008)Word Mouth Vargass. communications in marketing: a metaanalytic review of the antecedents and moderators, Journal of the Academy of Marketing Science, 36:578-596
- Dick, A. S. and Basu, K. (1994). Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework, Journal of the Academy of Marketing Science, 22 (2):99-113.

- Dorsch, Michael J, Scott, R. Swanson & Scott W. Kelly. (1998). The Role of Relationship Quality in the Stratification of Vendors as Perceived by Customer. Journal of the Academy of Marketing Science Vo. 26 No 2 P 128-142
- Dutka, Alan. (1994). AMA Hand Book for Customer Satisfaction, NTC Bussiness
- Engel, J.F, Blackwell dan Miniard. (1994). Perilaku Konsumen. Edisi Keenam. Jilid II. Binaputra, Jakarta.
- Fornell, C (1992) A National Costumer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience, Journal of Marketing, Vol. 56, January, 6-12.
- Fornell, C., Johnson, M.D., Anderson, E.W. Cha, J. and Findings. (1996). The American Customer Satisfaction Index:nature, purpose, and Findings, Jurnal of Marketing, vol. 60. October. Pp.7-18.
- Ghozali, Imam. (2011). Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 19.0 Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gorbarino, Ellen & Mark. S. Johnson. (1999). The Different Roles of Satisfaction, Trust and Commitment in Customer Relationship, Journal of Marketing, Vol. 63, April. P.70/87.
- Hair, et.al. (2006). Multivariate Data Analysis 6th Edition. Pearson International Edition New Jersey.
- Harrison-Walker L.J (2001). The Measurement of word-of-mouth and an investigation of service quality and costumer commitment as potentials anticedents. Journal of Consumer Satisfacyion, Dissatisfaction and Complaint Behavior, 15(I), 1-12.
- Hendri S. dan Sumanto R. A., (2010) Analisa Marketing Mix-7P Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya, Jurnal Mitra Ekonomi Manajemen Bisnis, Volume 1 No.2 216-228
- Irawan, Handi. (2003). Indonesian Customer Satisfaction, PT. Alex Media Computindo, Jakarta.
- Kadampully, J. & D. Suhartanto. (2000). Costumer Loyalty in the hotel industry the role of the customer satisfaction and image, international journal of Contemporary Hospitaly Management.
- Keller, Ed and Barak Libai (2009) "A Holistic Approach to the Measurement of WOM, ESOMAR World Wide Media Measurement Conference, Stockholm.
- Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara. (2006). Marketing Communication Taktik

- dan Strategi. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia)
- Kertajaya, Hermawan. (2010). Grow With Charakter: The Model Marketing. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Kotler Philip-Amstrong. (2003). Manajemen Pemasaran, Salemba Empat, Jakarta
- Kotler, Philip. (2000). Manajemen Pemasaran Edisi Milenium, Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, Philip. (2001). Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi kedelapan, Jilid I, (terjemahan). Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2003). Marketing Management, 11th Edition. Upper Saddle River, Pearson Education, Inc. New Jersey
- Lamb, Charles W. Joseph F. Hair dan Carl McDaniel. (2001). Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi kedelapan, Jilid ke I, (terjemahan), Erlangga, Jakarta.
- Lovelock, Cristopher and Wirtz, Jochen (2011) Services Marketing; People, Technology, Strategy, Seventh Edition, Pearson Education, New Jersey.
- Malhotra, N.K. (2007). Marketing Research: an Applied Orientation. 5th edition, Pearson Education, New Jersey.
- Maulana, Agus. (1999). Strategi dan Program Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua, Penerbit Erlangga.
- Mowen. John C / Michael Minor (2011)

 Perilaku Konsumen. Penerbit Erlangga,
 Jakarta.
- Oliver, Richard L. (1999). Whence Consumer Loyalty?, Journal of Marketing. Vol. 63, pp. 33-44
- Peter, J. Paul and Olson, Jerry C. (2000). Consumer Behavior Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi 4, Jilid I, Terjemahan, Erlangga, Jakarta.
- Prima Naomi Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap jasa Pelayanan Kesehatan (Menggunakan Metoda Performance Importance Analysis di Unit Rawat Inap Rumah Sakit Umum Sumedang),
- Sekaran, Uma. (1992). Research Methods For Business; A Skill Building Approach, Second Edition, John Willey & Sons, Inc New York
- Sharma, N. and Peterson, P. G. (1999). SPSS Statistic Multivariate, Elek Media Komputindo, Jakarta