

ABSTRAK

**ANALISIS TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP DIMENSI
KUALITAS PELAYANAN JASA DI PENDIDIKAN LUAR SEKOLAH**

**Studi kasus di Lembaga kursus Smile Group Yogyakarta
Jalan. Prof. DR. Sardjito No. 24 Yogyakarta**

**YOVITA INDIRASARI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA YOGYAKARTA
2005**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis: 1) tanggapan konsumen terhadap dimensi kualitas pelayanan jasa di Lembaga Kursus Smile Group, 2) perbedaan tanggapan konsumen terhadap dimensi kualitas pelayanan jasa ditinjau dari tingkat usia, pendidikan terakhir dan jenis pekerjaan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan studi kasus yang dilaksanakan di Lembaga Kursus Smile Group Yogyakarta, Jalan. Prof. DR. Sardjito No. 24 pada bulan Februari s/d Maret 2005. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen atau peserta kursus, baik dari program Komputer maupun Bahasa Asing disaat penelitian ini dilaksanakan. Jumlah populasi sebanyak 250 peserta dan sampel yang diambil sebanyak 80 peserta. Jumlah sampel tersebut terdiri dari 50 peserta kursus program Komputer dan 30 peserta kursus program Bahasa Asing. Teknik yang digunakan yaitu *Non Probability Sampling* dengan jenis Kuota Sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa kuesioner yang dilengkapi dengan wawancara dan dokumenter.

Untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap dimensi kualitas pelayanan jasa digunakan Analisis Deskriptif dengan pengukuran PAN tipe II. Untuk mengetahui perbedaan tanggapan konsumen ditinjau dari tingkat usia, pendidikan terakhir dan jenis pekerjaan digunakan Analisis Chi Square.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan: 1) sebagian besar konsumen atau peserta kursus adalah berusia 18-25 tahun (63,75%) dan pendidikan terakhir responden adalah perguruan tinggi (40%) dan jenis pekerjaannya adalah mahasiswa (35%). Tanggapan konsumen terhadap dimensi kualitas pelayanan jasa secara keseluruhan berada dalam kategori cukup, yang ditunjukkan pada kategorisasi tanggapan yang dihitung dengan menggunakan PAN Tipe II. 2) tidak ada perbedaan tanggapan konsumen terhadap dimensi kualitas pelayanan jasa baik ditinjau dari tingkat usia, pendidikan terakhir dan jenis pekerjaan.

ABSTRACT

**AN ANALYSIS ON CONSUMERS' RESPONSES TOWARD
SERVICE QUALITY DIMENSION PROVIDED BY
NON-FORMAL SCHOOL INSTITUTIONS
A case study on non-formal institution Smile Group Yogyakarta
At Jalan Prof. DR. Sardjito No. 24 Yogyakarta**

**YOVITA INDIRASARI
SANATA DHARMA UNIVERSITY OF YOGYAKARTA
2005**

This research aimed to evaluate and analyze: 1) consumers' responses toward service quality dimension provided by the non-formal school institution Smile Group, 2) the differences in the consumers' responses toward the service quality dimension assessed from the consumers' ages, latest education, and types of job.

The research was a descriptive and case-study research carried out in the non-formal school institution Smile Group at Jalan. Prof. DR. Sardjito No. 24, from February to March 2005. Respondents included in this research were the consumers or the course participants both in the computer program and foreign language program by time the research was taking place. The population was 250 participants and the sample was 80 participants. The sample consisted of 50 participants in computer program and 30 participants in foreign language program. The technique used was *Non Probability Sampling Quota Sampling* type. The collecting data technique adopted was questionnaire completed with interview and documentation.

To find the consumers' responses toward the service quality dimension, the research used *Descriptive Analysis* by PAN measure Type II. To find differences in the consumers' responses toward the service quality dimension assessed from the consumers' ages, latest education, and types of job, the *Chi Square Analysis* was applied

The results of the research showed that: 1) most of the consumers or the course participants were within the age of 18 – 25 years (63,75%), with the latest education in university (40%), and with the type of job as students university (35%). The consumers' responses toward the service quality dimension provided as a whole were sufficient as it was indicated in response categorizations measured by PAN Type II, 2) there were no differences in the consumers' responses toward the service quality dimension assessed from the consumers' ages, latest education, and types of job.