

ABSTRAKSI

Untuk mewujudkan kepuasan konsumen tidaklah mudah. Segala usaha dilakukan perusahaan untuk memuaskan konsumen. Seorang konsumen yang merasa puas dengan jasa yang diterimanya akan memperlihatkan kecenderungan yang besar untuk menggunakan kembali jasa yang ditawarkan.

Penelitian ini meneliti pengaruh kepuasan konsumen atas kualitas jasa terhadap minat melanjutkan workshop di Digital Studio *Workshop, School of Computer Graphics*, Surabaya. Responden yang diteliti adalah siswa Digital Studio *Workshop, School of Computer Graphics*, Surabaya yang berusia 12 tahun ke atas yang pada saat penelitian sedang mengikuti workshop. Penelitian ini dilakukan mengingat pentingnya kepuasan konsumen sebagai komponen yang sangat menentukan keberhasilan suatu bisnis.

Digital Studio *Workshop, School of Computer Graphics*, Surabaya adalah salah satu lembaga pendidikan komputer grafis yang berusaha memberikan pelayanan yang baik di bidang komputer grafis. Untuk itu dirasa penting mengetahui kepuasan konsumen melalui kualitas jasa yang meliputi dimensi bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) yang berpengaruh terhadap minat melanjutkan workshop di Digital Studio *Workshop, School of Computer Graphics*, Surabaya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

“Apakah kepuasan konsumen atas kualitas jasa yang meliputi dimensi bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat melanjutkan *workshop* ke tahap berikutnya di Digital Studio *Workshop, School of Computer Graphics*, Surabaya ?”

Sedangkan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

“Kepuasan konsumen atas kualitas jasa yang meliputi dimensi bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat melanjutkan *workshop* ke tahap berikutnya di Digital Studio *Workshop, School of Computer Graphics*, Surabaya”

Setelah diuji menggunakan alat uji Regresi Linier Berganda, maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -0,224 + 0,205 X_1 + 0,268 X_2 + 0,146 X_3 + 0,227 X_4 + 0,207 X_5 + e$$

Berdasarkan analisis dan perhitungan statistik, maka dihasilkan :

1. Minat melanjutkan workshop secara signifikan dipengaruhi, baik secara bersama-sama maupun secara parsial, oleh dimensi kualitas jasa yang meliputi dimensi bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*).
2. Dari hasil penelitian ini diketahui R^2 sebesar 0,660, ini berarti bahwa pengaruh minat melanjutkan workshop sebesar 66% dijelaskan atau dipengaruhi oleh kepuasan atas kualitas jasa yang meliputi dimensi bukti

langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*), sedangkan sisanya yaitu 34% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

3. Berdasarkan nilai $F_{hitung} = 36,484$ yang lebih besar dari $F_{tabel} = 2,42$ dan nilai t_{hitung} masing-masing variabel bebas yang juga diketahui lebih besar dari $t_{tabel} = 1,986$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini terbukti kebenarannya.

