

ABSTARCT

In Indonesia disease of autism this disorder not yet known many clearly by each and everyone because everybody do not have ability to detect this disparity symptoms. Where emulation between therapy center in giving education service to its client in course of yielding the quality of high program make the therapy center is correcting each other and each self can give the quality of satisfying service to all old fellow having autism this disorder child.

This research aim to know how quality service in Anak Kita therapy center this and what is in fact expected by client or old fellow having autism this disorder child, and what during the time perception of client to quality of accepted service

As for amount of sample found on this research is counted 23 responder people all client in Anak Kita Autism Therapy Center, with technique of purposive sampling random. Research Instrument compiled in the form of questionnaire using the Likert's scale.

Result of research revealed that with $dk = 1$ and degree of freedom level specified equal to 5% and compared to price of F table obtained in the reality F count bigger than table t (17.891 > 19.45). there are strong relation and significant among quality service with satisfaction of client at Anak Kita Autism Therapy Center. This Matter indicate that the quality of service have big enough contribution to existence of satisfaction of client, what then become one of the important factor in marketing of service firm.

Thereby expected organizers of service firm earn must be concern the quality of given service to client. So, there are evidence according to among expectation which is perception by client with real service which obtained. This matter can be conducted by giving training of skill which enough to all supply of service, so that company can give guarantee of its quality of good service and professional. Despite of needed also good interaction with client, good communications among client with subject service will assist company maintain client, to profit in the case of marketing in the future.

ABSTRAK

Zahra. NIM.1310311-054. Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pusat Terapi Anak Kita.

Pada umumnya di Indonesia penyakit autisme belum banyak diketahui secara jelas oleh setiap orang karena tidak semua orang memiliki kemampuan untuk mendeteksi gejala-gejala kelainan ini. Dimana persaingan antar pusat terapi dalam memberikan jasa pelayanan pendidikan kepada pelanggannya dalam proses menghasilkan kualitas program yang tinggi membuat pusat terapi tersebut saling membenahi dirinya masing-masing agar dapat memberikan kualitas jasa yang memuaskan bagi para orang tua yang mempunyai anak autisme.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas jasa di pusat terapi anak kita ini dan apa yang sebenarnya diharapkan oleh pelanggan atau orang tua yang mempunyai anak autisme, dan apa yang selama ini dipersepsikan pelanggan terhadap kualitas jasa yang diterima.

Adapun jumlah sample yang terdapat pada penelitian ini adalah sebanyak 23 orang responden para pelanggan di Pusat Terapi Autis Anak Kita, dengan teknik *purposive random sampling*. Instrumen penelitian disusun dalam bentuk kuesioner/angket yang menggunakan skala *Likert's*.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa dengan $dk = 1$ dan taraf kesalahan yang ditetapkan sebesar 5% dan dibandingkan dengan harga F table diperoleh ternyata F hitung lebih besar daripada t table ($17.891 > 3.49$). terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara kualitas jasa dengan kepuasan pelanggan pada Pusat Terapi Autis Anak Kita. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas jasa mempunyai kontribusi yang cukup besar bagi adanya kepuasan pelanggan, yang kemudian menjadi salah satu factor penting dalam pemasaran perusahaan jasa.

Dengan demikian diharapkan para pengelola perusahaan jasa dapat selalu memperhatikan kualitas jasa yang diberikannya kepada pelanggan. Agar terdapat bukti kesesuaian antara harapan yang dipersepsikan oleh pelanggan dengan jasa riil yang diperolehnya. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan keterampilan yang cukup bagi para penyedia jasa, sehingga perusahaan dapat memberi jaminan kualitas jasa yang baik dan professional. Di samping itu diperlukan pula interaksi yang baik dengan para pelanggan, komunikasi yang baik antara pelanggan dengan penyedia jasa akan membantu perusahaan mempertahankan pelanggan, yang akan menguntungkan dalam hal pemasaran di kemudian hari.