

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN PINDAH PELAYANAN PADA PENITIPAN ANAK

Ratna Wijayanti^a

^a Program Studi Manajemen Universitas Sains Al Qur'an (UNSIQ) Wonosobo

^a E-mail: wijayantiratna34@yahoo.co.id

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Riwayat Artikel : Diterima : 28 Juni 2015 Disetujui : 21 Juli 2015 Kata Kunci : Perilaku, Tempat Penitipan Anak, Etika	<i>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat kesulitan, kegagalan layanan dan permasalahan etika terhadap perilaku konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah orang tua wali anak yang ada di taman penitipan anak di kabupaten Temanggung. Sedangkan sampel penelitian yang diambil dengan metode convenience sampling sebesar 96 responden, dengan menggunakan analisis korelasi rank spearman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kesulitan berhubungan signifikan dengan perilaku pindah Tempat Penitipan Anak, kegagalan layanan berhubungan signifikan dengan perilaku pindah Tempat penitipan Anak dan permasalahan etika juga berhubungan dengan perilaku pindah Tempat penitipan Anak.</i>
ARTICLE INFO	ABSTRACT
Riwayat Artikel : Diterima : June 28, 2015 Disetujui : July 21, 2015 Key words: Behavior Move Child Care, Failure Services, and Ethics Problems	<i>This study aims to determine the effect of the level of difficulty, the failure of service and ethical issues on consumer behavior. The population in this study is the parent guardian child in a crèche in Waterford district. While the sample is taken with convenience sampling method by 96 respondents, using the Spearman rank correlation analysis. The results of this study showed that a significant degree of difficulty associated with behavior change Daycare, service failures associated significantly with behavioral move storage Child and ethical issues are also related to the behavior of moving storage Child.</i>

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan zaman yang semakin kompleks maka dalam diri manusia semakin banyak tuntutan-tuntutan yang harus dipenuhi dalam upaya mengikuti arus perkembangan zaman. Dalam rangka pemenuhan tuntutan-tuntutan hidupnya, manusia semakin membutuhkan jasa-jasa pelayanan dari orang-orang disekitarnya. Melalui pelayanan sosial dalam bentuk penitipan anak, keluarga dan masyarakat khususnya anak - anak usia dini memiliki kesejahteraan lahir dan batin. Proses

pemenuhan kebutuhan masyarakat dalam bentuk penitipan anak ini berlaku lewat pertolongan bantuan baik secara material maupun non material. Pertolongan dan bantuan ini dapat dilakukan oleh suatu usaha yang dikelola dan ditujukan untuk melayani kepentingan masyarakat dengan demikian usaha itu mempunyai fungsi sosial.

Dalam penelitian ini akan membahas tentang bagaimana pelayanan sosial dalam bentuk penitipan anak. TPA adalah suatu wadah pembinaan kesejahteraan anak yang memberikan pelayanan kepada para ibu-ibu

bekerja atau orang tua bekerja, yang memiliki anak balita sampai anak usia prasekolah yang mencakup pertumbuhan dan kesejahteraan anak baik jasmani maupun rohani serta sosialnya.

Pada kenyataannya, di lapangan ada beberapa alasan para ibu yang menitipkan anaknya pada TPA, antara lain karena kebutuhan untuk melepaskan diri sejenak dari tanggung jawab dalam hal mengasuh anak secara rutin, keinginan untuk menyediakan kesempatan bagi anak untuk berinteraksi dengan teman seusianya serta kebutuhan akan tokoh pengasuh lain yang diharapkan anak mendapat stimulasi kognitif secara baik dan anak mendapat pengasuhan pengganti sementara ibu atau orang tua bekerja.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai sejauh mana peran pelayanan sosial pada tempat penitipan anak. Hal ini dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menetapkan strategi pelayanan sosial pada obyek yang bersangkutan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini diberi judul “Analisis Perilaku Konsumen Pindah Pelayanan Pada Penitipan Anak.” Adapun permasalahan yang dirumuskan adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat kesulitan, kegagalan layanan dan permasalahan etika dengan perilaku konsumen pindah Tempat Penitipan anak (TPA). Sehingga tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan antara tingkat kesulitan, kegagalan layanan, dan permasalahan etika dengan perilaku konsumen pindah TPA.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Taman Penitipan Anak

Taman penitipan anak (TPA) adalah Suatu tempat pelayanan yang dapat melaksanakan kegiatan pengasuhan anak, dengan penuh kasih sayang, sekaligus mendidiknya, serta memberi kesejahteraan anak pada saat-saat orang tua bekerja atau sedang berhalangan. Menurut Wahyuti (2013), Taman Penitipan Anak sekarang ini dapat dikelompokkan menjadi tiga tipe yaitu:

1. Tipe pengasuhan penuh (full day care) yaitu penitipan anak yang dilaksanakan dengan kegiatan-kegiatan berupa penyuluhan, pelayanan, dan pendidikan

dengan stimulasi psikomotorik dan psikososial secara penuh.

2. Tipe setengah pengasuhan (semi day care) yaitu penitipan anak yang dilaksanakan dengan kegiatan-kegiatan berupa penyuluhan atau pelayanan.
3. Tipe pengasuhan sewaktu-waktu (insidental day care) yaitu penitipan anak yang dilaksanakan dengan kegiatan-kegiatan berupa penyuluhan, pelayanan, dan pendidikan dengan stimulasi psikomotorik dan psikososial sewaktu-waktu bila diperlukan sesuai dengan kebutuhan orangtua. (Wahyuti,2003)

Pengelompokan lainnya adalah pengelompokan berdasarkan lingkungan atau berlokasi yaitu penitipan anak yang berlokasi di lingkungan perkantoran dan perumahan serta di lingkungan perkebunan. Pengelompokan lainnya berdasarkan penyelenggara atau pengelola lembaganya antara lain oleh lembaga pemerintah, organisasi masyarakat, yayasan, lembaga swadaya masyarakat, dan perorangan. (Setiawan, 2002)

Pengelompokan lainnya adalah pengelompokan berdasarkan lingkungan atau berlokasi yaitu penitipan anak yang berlokasi di lingkungan perkantoran dan perumahan serta di lingkungan perkebunan. Pengelompokan lainnya berdasarkan penyelenggara atau pengelola lembaganya antara lain oleh lembaga pemerintah, organisasi masyarakat, yayasan, lembaga swadaya masyarakat, dan perorangan. (Setiawan, 2002).

2.2. Perilaku Pelayanan Beralih Perilaku Konsumen

Menurut Schiffman dan Kanuk (2004:6), “Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, menentukan barang, jasa, dan ide yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka”. Menurut Mowen dan Minor (2001), perilaku konsumen didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (buying units) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide.

Mempelajari perilaku konsumen tidak sekedar menganalisis kegiatan- kegiatan yang tampak jelas saja, tetapi juga proses-proses yang sulit diamati yang menyertai proses pembelian serta menganalisis kegiatan-kegiatan pada saat sebelum dan sesudah terjadinya proses pembelian. Produsen harus memiliki pengetahuan tentang perilaku konsumen, sehingga diperoleh pandangan yang lebih mendalam tentang konsumennya dan dapat menilai kembali kebutuhan konsumen sekarang dan yang akan datang, serta menanggapi kebutuhan tersebut, sehingga pada akhirnya perusahaan dapat memperoleh suatu kedudukan kompetitif yang lebih baik.

Menurut penelitian terdahulu (Menon dan Kahn, 1995), Switching behavior (perilaku beralih) didefinisikan sebagai kebebasan memilih yang lebih disukai terhadap sebuah item khusus. Perilaku beralih dapat berasal dari sangat beragamnya penawaran produk lain, atau karena terjadi masalah dengan produk yang sudah dibeli. Penelitian Menurut Dharmmesta (1999) "Switching behavior adalah perilaku beralih yang dilakukan konsumen karena beberapa alasan tertentu, atau diartikan juga sebagai kerentanan konsumen untuk berpindah ke jasa lain". Penilaian konsumen terhadap jasa dapat timbul dari berbagai variabel, seperti pengalaman konsumen dengan produk sebelumnya dan pengetahuan konsumen tentang produk. Pengalaman konsumen dalam memakai produk dapat memunculkan komitmen terhadap merek produk tersebut.

Pencarian merek lain dapat dilakukan konsumen dengan mendapatkan informasi melalui media cetak, media audio ataupun melalui interpersonal, dimana tujuan akhirnya adalah perilaku untuk berpindah (Dharmmesta, 1999: 83).

Menurut Junaidi dan Dharmmesta (2002) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa perilaku beralih merupakan gambaran dari beralihnya pengkonsumsian konsumen atas suatu produk ke produk lainnya. Banyak penyebab yang mengakibatkan beralihnya konsumen ke lain produk, antara lain: 1. Berubahnya daya beli konsumen 2. Berubahnya variabel marketing mix suatu produk 3. Gempuran produk pesaing. Berbagai penyebab tersebut memungkinkan konsumen

untuk mengalihkan pembelian dari suatu produk ke produk lainnya.

Lebih lanjut Junaidi dan Dharmmesta (2002) menjelaskan tentang keberadaan tentang perilaku beralih dari sisi perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk mengalihkan pengkonsumsian suatu produk yang lain ke produk yang ditawarkan perusahaan. Berdasarkan pendapat tersebut perilaku beralih juga bisa dianggap sebagai kemampuan perusahaan untuk memperluas pasaran, karena dengan perpindahan merek tersebut memungkinkan perusahaan mendapatkan tambahan jumlah konsumen yang berasal dari konsumen perusahaan pesaing. Tetapi kemungkinan sebaliknya juga dimungkinkan yaitu konsumen perusahaan akan beralih ke produk pesaing jika perusahaan tidak mampu meyakinkan kepada konsumen bahwa produk perusahaan merupakan produk yang terbaik diantara produk lainnya.

Van Trijp, et al. (1996:286) dalam penelitiannya juga menerangkan perilaku beralih sebagai berikut, "Terdapat dua macam perbedaan dari perilaku beralih, yaitu motivasi intrinsik (misalnya: hanya ingin mencoba produk baru, ingin mencoba sesuatu yang lain hanya untuk perubahan) dan motivasi ekstrinsik (misalnya: membeli untuk orang lain, produk baru tersebut memiliki kemasan yang berbeda)".

2.3. Preditor Perilaku Pelayanan Beralih Tingkat Kesulitan

Bagi orang tua, pemilihan tempat penitipan anak harus menjadi bahan pertimbangan yang sangat penting karena harus melihat kualitas dari pengasuhan dan fasilitas yang tersedia. Oleh karena itu, banyak ahli yang berpendapat bahwa memasukkan anak dalam Tempat penitipan anak akan banyak menghabiskan biaya, namun tidak seimbang dengan kualitasnya. Selain itu sulit untuk menemukan tempat penitipan anak yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan setiap anak yang mempunyai masalah yang berbeda-beda pada masanya dan yang menuntut penanganan secara spesifik pula,

Oleh karena itu, menganggap bahwa perubahan pelanggan telah mengalami beberapa jenis masalah pelayanan, kemungkinan mereka akan berbicara negatif

dari mulut ke mulut. Hal ini bisa disatukan pada seluruh jenis layanan dengan tidak adanya alasan untuk dipercaya, bahwa konsumen perawatan anak seharusnya dibedakan. Bagaimanapun juga, untuk membantu penyedia layanan untuk secara efektif mengelola tingkat komunikasi dari mulut ke mulut, ini dapat membuktikan manfaat untuk ditetapkan jika jalan ini memelihara perubahan kelompok konsumen demografis dalam pengertian layanan anak, sebagai sebuah tingkat pengajaran bagi orang tua, dapat dikatakan untuk mempengaruhi proses pembuatan keputusan konsumen perawatan anak, hal ini mungkin juga berakibat pada perilaku dari konsumen setelah timbulnya perubahan.

H₁ : Tingkat kesulitan berpengaruh pada perilaku konsumen pindah pelayanan.

2.4. Kegagalan Layanan

Perubahan pelayanan, dalam beberapa industri, sering menjadi tujuan dari sebuah ketidakefektifan dari penukaran layanan antara penyedia layanan dan konsumen layanan, membedakan antara kedua belah pihak dalam mengatur pemahaman yang lebih baik. Misalkan, Folkes dan Katsos (1986) mempelajari pertalian dari kegagalan produk oleh pembeli dan penjual, menemukan bahwa penjual lebih memungkinkan dalam kesalahan, yang mana pembeli lebih mungkin menerima kesalahan dari penjual. Bagaimana hal ini disangkutkan pada jasa adalah secara relatif tidak diketahui. Oleh karena itu, dapat diasumsikan bahwa kerangka referensi yang berlawanan dari kedua belah pihak mungkin akan menyebabkan perbedaan persepsi dari proses pelayanan.

Kegagalan inti jasa meliputi seluruh kejadian kritis yang diawali oleh kesalahan atau masalah teknis yang terjadi pada jasa itu sendiri. Hal-hal tersebut termasuk billing errors, ketidaksesuaian jasa, dan kerugian akibat kegagalan jasa. Kegagalan inti jasa merupakan hal yang telah dinyatakan sebagai alasan utama untuk berpindah dalam penelitian tersebut terhadap sektor jasa. Sebanyak 44% responden dalam penelitian tersebut menyatakan kegagalan jasa ini sebagai alasan berpindah. Kegagalan inti jasa dapat menjadi satu-satunya alasan berpindah ataupun

bersama-sama dengan alasan lain dengan cara menambah kecenderungan untuk menggunakan jasa dari penyedia lain.

H₂ : kegagalan layanan berpengaruh terhadap perilaku konsumen pindah layanan.

2.5. Permasalahan Etika

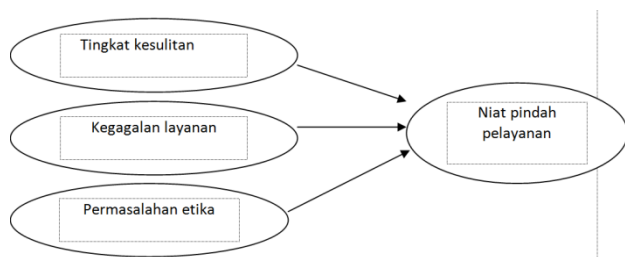
Permasalahan etika bisa menjadi salah satu pemicu adanya perilaku pelayanan beralih, adanya beberapa permasalahan pada konsumen sehingga konsumen akan membuat keputusan untuk alternatif pelayanan pada anak-anak mereka, yaitu dengan cara menitipkan anak-anak mereka pada sebuah taman penitipan anak. Permasalahan etika antara lain yaitu tindakan penipuan, tindakan yang membahayakan, dan konflik kepentingan pribadi.

Perilaku pelayanan beralih menjadi salah satu alternatif untuk membuat perubahan yang lebih maju untuk anak-anak. Dalam pencapaian untuk layanan yang lebih maju, maka seharusnya diadakan pencarian layanan baru, yaitu dengan cara lisan dan komunikasi pemasaran. Hal tersebut yang akan membantu para konsumen dalam mendidik anak-anak mereka disamping pekerjaan mereka. Hal ini akan sangat membantu para orang tua agar anak-anak mereka tidak terbelenggu dan tetap mendapatkan pendidikan yang baik, selain itu di TPA anak-anak juga dapat bermain didampingi oleh pengasuh ataupun pendamping yang berpengalaman, ramah dan profesional.

Kategori masalah etika mencakup insiden kritis peralihan yang mengandung pelanggaran hukum, pelanggaran moral, ketidakamanan, ketidaksehatan, atau perilaku-perilaku lain yang menyimpang dari norma-norma sosial. Terdapat empat subkategori masalah etika, yaitu perilaku tidak jujur, perilaku mengancam, perlakuan yang tidak aman atau tidak sehat, dan konflik kepentingan.

H₃ : Permasalahan etika berpengaruh terhadap perilaku pindah pelayanan.

2.6. Kerangka Penelitian



3. METODE PENELITIAN

Definisi Operasional Variabel penelitian

Tingkat Kesulitan

Indikator tingkat kesulitan adalah kerepotan atau kesulitan mengatur waktu, adanya janji dan diinginkannya layanan yang lebih baik.

Kegagalan Layanan

Indikator dari kegagalan layanan tersebut adalah ketidakpedulian, kasar, tidak ada respon dan bodoh (buta).

Permasalahan Etika

Indikator-indikator dari permasalahan etika, antara lain adalah penipuan, menjual keras, membahayakan dan konflik kepentingan pribadi.

Pengambilan Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah konsumen atau ibu-ibu yang menitipkan anaknya pada empat penitipan anak di TPA yang ada di kabupaten temanggung, yaitu TPA Kalisat, TPA Mawar, TPA Az-Zahra dan TPA Bunda. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling berupa convenience sampling. Dalam penelitian ini, maka jumlah sampel yang akan diteliti mengikuti rumus di bawah ini:

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{Z \frac{1}{2} \alpha}{E} \right)^2$$

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampelnya adalah 96 orang.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan korelasi Rank Spearman. Menurut Sugiyono (2005), korelasi Rank Spearman merupakan salah satu

analisis yang mengasumsikan bahwa data obyek penelitian terdiri dari pasangan-pasangan data yang bersifat numerik dan non numerik.

Analisis korelasi rank spearman digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara antara tingkat kesulitan, kegagalan layanan, dan permasalahan etika dengan perilaku pindah TPA.

4. HASIL ANALISIS

Uji validitas

Dari hasil uji validitas diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 1: Hasil uji validitas

Item Pernyataan	Pearson's Correlations	R tabel	Keterangan
<i>Perilaku Pindah TPA (Y)</i>			
Butir 1	0,675	0,199	Valid
Butir 2	0,729	0,199	Valid
Butir 3	0,858	0,199	Valid
Butir 4	0,855	0,199	Valid
<i>Tingkat Kesulitan (X1)</i>			
Butir 1	0,918	0,199	Valid
Butir 2	0,857	0,199	Valid
Butir 3	0,907	0,199	Valid
<i>Kegagalan Layanan (X2)</i>			
Butir 1	0,692	0,199	Valid
Butir 2	0,715	0,199	Valid
Butir 3	0,876	0,199	Valid
Butir 4	0,900	0,199	Valid
<i>Permasalahan Etika (X3)</i>			
Butir 1	0,766	0,306	Valid
Butir 2	0,851	0,306	Valid
Butir 3	0,840	0,306	Valid
Butir 4	0,664	0,199	Valid

Dengan melihat tabel di atas, dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir pernyataan variabel-variabel penelitian. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi seluruh butir pernyataan variabel penelitian mempunyai *r* hitung yang lebih besar dari *r* tabel (*r* tabel = 0,199), yang artinya seluruh butir pernyataan dan pertanyaan pada variabel penelitian dinyatakan valid, sehingga seluruh butir pernyataan dan pertanyaan yang terdapat pada kuesioner dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat diandalkan. Dalam penelitian ini diuji reliabilitas untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden memenuhi syarat reliable. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan coefficient cronbach alpha dan menggunakan bantuan software SPSS 20 dengan batas toleransi 0,6 untuk data yang dapat dianggap reliable. Hasil analisis uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 2: Hasil uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Perilaku PindahTPA	0,783	Reliabel
Tingkat Kesulitan	0,741	Reliabel
Kegagalan Layanan	0,841	Reliabel
Permasalahan etika	0,775	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh seluruh variabel penelitian ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan dan pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen untuk penelitian selanjutnya.

Hasil Uji Koefisien Korelasi

Tabel 3: Hasil Koefisien Korelasi

Variabel Independent	Koefisien Korelasi	Signifikan	Kesimpulan
Tingkat Kesulitan (X1)	0,467	0,000	Signifikan
Kegagalan layanan (X2)	0,490	0,000	Signifikan
Permasalahan Etika (X3)	0,474	0,000	Signifikan

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan program SPSS pada Tabel diatas dapat diketahui nilai probabilitas koefisien korelasi sebesar 0.000, karena nilai probabilitas koefisien korelasi < 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara tingkat kesulitan dengan perilaku pindah TPA, sehingga hipotesis pertama penelitian ini diterima. Bagi orang tua, pemilihan TPA juga harus menjadi bahan pertimbangan penting karena harus melihat kualitas dari pengasuhan dan fasilitas yang tersedia. Oleh karena itu, banyak ahli berpandangan memasukkan anak dalam TPA akan banyak menghabiskan biaya, namun tidak

seimbang dengan kualitasnya. Selain itu, sulit menemukan TPA yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan setiap anak yang punya problem atau masalah berbeda-beda pada masanya dan yang menuntut penanganan yang spesifik pula.

Belsky berpandangan, bagaimanapun juga preschool yang benar-benar berkualitas memang memberikan kontribusi secara positif pada perkembangan anak. Salah satu penelitian yang dilakukan di Amerika menampilkan salah satu faktanya, bahwa anak-anak yang diikutsertakan dalam program TPA dalam rentang waktu yang cukup lama menunjukkan tingkat agresivitas terhadap sesama dan terhadap orang dewasa. Oleh karena itu, menganggap bahwa perubahan pelanggan telah mengalami beberapa jenis masalah pelayanan, kemungkinan mereka akan berbicara negatif dari mulut ke mulut. Hal ini bisa disatukan pada seluruh jenis layanan dengan tidak adanya alasan untuk dipercaya, bahwa konsumen perawatan anak seharusnya dibedakan. Bagaimanapun juga, untuk membantu penyedia layanan untuk secara efektif mengelola tingkat komunikasi dari mulut ke mulut, ini dapat membuktikan manfaat untuk ditetapkan jika jalan ini memelihara perubahan kelompok konsumen demografis dalam pengertian layanan anak, sebagai sebuah tingkat pengajaran bagi orang tua, dapat dikatakan untuk mempengaruhi proses pembuatan keputusan konsumen perawatan anak, hal ini mungkin juga berakibat pada perilaku dari konsumen setelah timbulnya perubahan.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan program SPSS pada Tabel diatas dapat diketahui nilai probabilitas koefisien korelasi sebesar 0.000, karena nilai probabilitas koefisien korelasi < 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kegagalan layanan dengan perilaku pindah TPA, sehingga hipotesis kedua penelitian ini diterima. Perubahan pelayanan dan kelemahan tersebut, sering menjadi tujuan dari sebuah ketidakefektifan dari penukaran layanan antara penyedia layanan dan konsumen layanan, membedakan antara kedua belah pihak dalam mengatur pemahaman yang lebih baik. Misalkan, Folkes dan Katsos (1986)

mempelajari pertalian dari kegagalan produk oleh pembeli dan penjual, menemukan bahwa penjual lebih memungkinkan dalam kesalahan, yang mana pembeli lebih mungkin menerima kesalahan dari penjual.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan program SPSS pada Tabel diatas dapat diketahui nilai probabilitas koefisien korelasi sebesar 0.000, karena nilai probabilitas koefisien korelasi < 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara permasalahan etika dengan perilaku pindah TPA, sehingga hipotesis ketiga penelitian ini diterima. Permasalahan etika bisa menjadi salah satu pemicu adanya perilaku pelayanan beralih, adanya beberapa permasalahan pada konsumen sehingga konsumen akan membuat keputusan alternatif pelayanan pada anak-anak mereka, yaitu dengan cara menitipkan anak-anak mereka pada sebuah taman penitipan anak. Permasalahan etika antara lain yaitu: tindakan penipuan, tindakan yang membahayakan, dan konflik kepentingan pribadi.

5. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat kesulitan, kegagalan layanan dan permasalahan etika dengan perilaku pindah TPA.

Saran

1. TPA harus memperhatikan tingkat kesulitan dari orang tua dalam mengasuh anak, yaitu dengan cara mengajak peran serta orang tua dalam pola mengasuh anak dengan baik, memberikan pelatihan bagi orang tua tentang bagaimana mengasuh anak dengan benar.
2. TPA harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada anak atau kepada orang tua yaitu dengan cara meningkatkan kualitas ketrampilan pengasuh anak, meningkatkan fasilitas permainan dalam TPA, meningkatkan pelayanan terhadap orang tua anak, dan memperhatikan kebutuhan anak dalam hal kesehatan, perkembangan dan kenyamanan anak.

3. TPA harus memperhatikan permasalahan etika dalam mengasuh anak karena permasalahan etika merupakan variabel yang dominan terhadap perilaku pindah TPA dengan cara menciptakan suasana kekeluargaan antara pengasuh, anak, TPA dan orang tua anak, menciptakan pengasuh anak yang berpengalaman, ramah dan profesional.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Cooper, David R. dan Emory, C. William. 1996. Metode Penelitian Bisnis. Jilid 1. Edisi ke 5. Jakarta: Erlangga.
- Crosby, L.A. and Stephens, N. (1987). Effects of relationship marketing on satisfaction, retention, and prices in the life insurance industry, *Journal of Marketing Research*, Vol. 24, pp. 404-11.
- Dharmmesta, B. S., 1999, Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*.
- Depdiknas. 2003. Undang-undang RI Nomor 20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iwan Setiawan. 2002. Manajemen Strategis, Edisi-2., Cetakan 2. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Keaveney, S.M. (1995). Customer switching behavior in service industries: an exploratory Study, *Journal of Marketing*, Vol. 59, April, pp. 71-82.
- Kelley, S.W., Hoffman, K.D. and Davis, M.A. (1995). A typology of retail failures and recoveries, *Journal of Retailing*, Vol. 69, Winter, pp. 429-52.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2000. Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid1, Alih bahasa Damos Sihombing, Jakarta: Erlangga.
- Malhotra, Naresh. 2005. Riset Penelitian. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Munadi, Wahyudi. 2003. Media Pembelajaran. Jakarta: Gama Persada.
- Menon, S., dan Kahn B. E. 1995. The Impact of Context on Variety-Seeking in Product Choices. *Journal of Consumer Research*, 22, pp. 285-295.

- Mowen, J. C., dan Minor, M. 2001. *Perilaku Konsumen*. Edisi kelima. Penerbit Erlangga.
- Moenir, HA, S. 1995. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rust, R.T. and Zahorik, A.J. (1993), Customer satisfaction, customer retention, and market share, *Journal of Retailing*, Vol. 69 No. 2, pp. 193-215.
- Siegel, Sidney 1992. *Statistik Non Paramaterik Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABET.
- Schiffman, L. G., dan Kanuk, L. L. 2004. *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh, Alih bahasa Zoelkifli Kasip, Jakarta: P T Indeks.
- Van Trijp, H. C. M., Wayne D. H., dan Inman, J. J. 1996. Why Switch? Product Category-Level Explanations for True Variety-Seeking Behavior, *Journal of Marketing Research*, 33 (August), pp. 281-292.