

**PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP NILAI PELANGGAN
DAN IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS SISWA**

**(Survei Pada Madrasah Ibtida'iyah di Lingkungan
Departemen Agama Kota Cimahi)**

TESIS

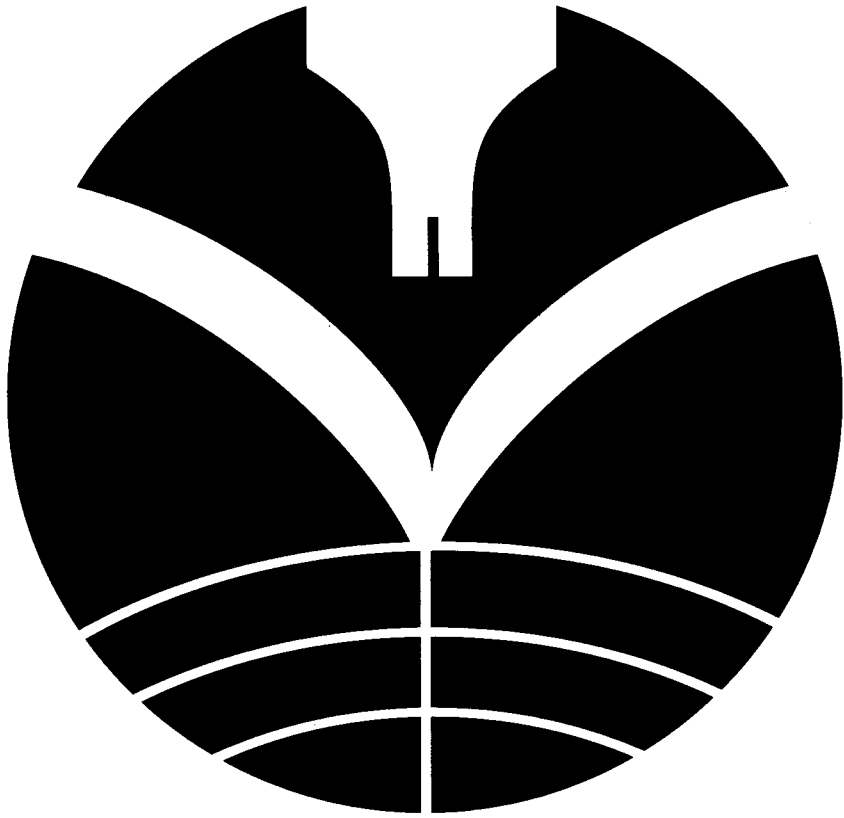
**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari
Syarat Memperoleh Gelar Magister Manajemen
Program Studi Magister Manajemen Bisnis**



Oleh :

**AGUS MUSTOPA
NIM : 054503**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN BISNIS
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2007**



LEMBAR PENGESAHAN

Telah Disetujui dan Disahkan

Pembimbing I



Prof. Dr. H. Buchari Alma, M.Pd

Pembimbing II



Dr. Ratih Hurriyati, M.Si

**Ketua Program Studi Magister Manajemen Bisnis
Sekolah Pascasarjana
Universitas Pendidikan Indonesia**



Dr. H. Agus Rahayu, M.Si



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis berjudul “*Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Nilai Pelanggan dan Implikasinya Pada Loyalitas Siswa (Survei Pada Madrasah Ibtida'iyah Di Lingkungan Departemen Agama Kota Cimahi)*” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya bersedia menanggung resiko/sangsi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ada pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Cimahi, 27 Januari 2007

Yang Membuat Pernyataan

AGUS MUSTOPA

NIM 054503



ABSTRACT

THE EFFECTS OF SERVICE QUALITY TOWARDS CUSTOMERS' VALUE AND ITS IMPLICATIONS ON STUDENTS' LOYALTY (A Survey on Madrasah Ibtida'iyah Students in Cimahi Department of Religious Affairs)

This research is relied on the tendency of the low loyalty and awareness of citizen towards madrasah ibtida'iyah (MI), so that the problems discussed in this research are how far the effect of service quality—viewed from tangibles, reliability, empathy, responsiveness, and assurance determinant—customers' values—measured between cost ratio and its advantages—loyalty—viewed from resistance towards offering of another else, recommendation for other people, and discussion of positive things of MI. This research is intended to obtain service quality, customers' values and the loyalty of MI students' illustration and analyze the effects of service quality towards customers' values and its implications on students' loyalty.

The method used in this research is a descriptive and vericative survey method by using Likert scale questionnaire in collecting the data. The respondents participated in the research were 86 students of five MI in Cimahi. This research uses path analysis technique by using LISREL 8.30 to know direct and indirect relationship between exogenous and endogen variables. Significance test uses F-tests and t-tests.

The result indicates that the effect of service quality (X) towards students' loyalty (Y2) is 0.250. Meanwhile the contribution of total effect X towards Y2 is 29, 2%. The effect of service quality (X) towards customers' values (Y1) is 0.42%. The effect of customers' value (Y1) towards students' loyalty (Y2) is 10.64%. Meanwhile the effect of service quality and customers' values towards students' loyalty is 9.6%. This means that there is a relationship between the service quality and customers' values towards students' loyalty, even though its effect is not significant.

Based on the results of the research, it recommends some factors, those are: the Depag of Cimahi with clear and transparent funding must focus on tangible aspect of MI in deciding a policy and MI establishment program. The Headmaster and/or the management of foundation are expected to improve the teachers' insight and capability especially to give the new understanding about educational service marketing. The last, management and the teachers are expected to give the students the additional advantages. It is also hoped that they pay attention to and support teachers' finance improvement in a fair and transparent way in order to motivate them to increase the educational service toward the students.



ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP NILAI PELANGGAN DAN IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS SISWA

(Survei Pada Madrasah Ibtida'iyah di Lingkungan Departemen Agama Kota Cimahi)

Penelitian ini didasarkan atas kecenderungan masih rendahnya loyalitas dan kesadaran masyarakat terhadap madrasah ibtida'iyah, sehingga masalah yang dibahas pada penelitian ini adalah sejauhmana pengaruh kualitas jasa – dilihat dari determinan *tangibles*, *reliability*, *empathy*, *responsiveness*, dan *assurance* – nilai pelanggan – diukur antara rasio biaya dengan manfaat – loyalitas dilihat dari resistensi ajakan pihak lain, rekomendasi kepada orang lain, serta membicarakan hal-hal positif madrasah. Penelitian bertujuan untuk memperoleh gambaran kualitas jasa, nilai pelanggan, dan loyalitas siswa MI serta menganalisis pengaruh kualitas jasa terhadap nilai pelanggan dan implikasinya pada loyalitas siswa.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei deskriptif dan verikatif, dengan teknik pengumpulan data angket skala Likert, terhadap 86 siswa di 5 madrasah ibtidaiyah Kota Cimahi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan program LISREL 8.30, untuk mengetahui hubungan langsung dan tak langsung dari variabel eksogen terhadap variabel endogen. Uji signifikansi menggunakan uji F dan Uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas jasa (X) terhadap loyalitas siswa (Y2) sebesar 0.250, sedangkan kontribusi pengaruh total X terhadap Y2 sebesar 29,2%. Pengaruh kualitas jasa (X) terhadap nilai pelanggan (Y1) sebesar 0.42%. Besarnya pengaruh nilai pelanggan (Y1) terhadap loyalitas siswa (Y2) adalah 10.64%. Adapun pengaruh kualitas jasa dan nilai pelanggan secara bersama-sama terhadap loyalitas siswa sebesar 9.6%. Hal ini bisa diartikan terdapat hubungan antara kualitas jasa dan nilai pelanggan dengan loyalitas siswa, walaupun pengaruh tersebut rendah.

Berdasarkan temuan penelitian direkomendasikan beberapa hal diantaranya Departemen Agama Kota Cimahi dalam menentukan kebijakan dan program pembinaan madrasah ibtida'iyah lebih fokus memperhatikan aspek *tangibles* madrasah ibtidaiyah, dengan dukungan dan bantuan dana yang jelas dan transparan. Kepala sekolah dan atau manajemen yayasan diharapkan perlu meningkatkan wawasan dan kemampuan para guru, terutama memberikan pemahaman baru tentang pemasaran jasa pendidikan. Hal lainnya, manajemen dan para guru diharapkan dapat memberikan manfaat tambahan kepada peserta didik. Juga diharapkan memperhatikan peningkatan tunjangan kesejahteraan bagi para guru secara adil dan transparan untuk memotivasi meningkatkan pelayanan pendidikan bagi peserta didik.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah Tuhan semesta alam. Sholawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjunan Nabi Muhammad Saw, pembawa risalah suci bagi seluruh manusia. Berkat limpahan taufiq dan curahan hidayah Allah SWT, segala rintangan yang meliputi alam pikiran sirnalah adanya. Dengan demikian, terbukalah pintu kelancaran bagi penulis untuk menyelesaikan penulisan tesis ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Nilai Pelanggan Dan Implikasinya Pada Loyalitas Siswa (Survei Pada Madrasah Ibtida’iyah di Lingkungan Departemen Agama Kota Cimahi)”.

Tesis ini membahas tentang pengaruh kualitas jasa terhadap nilai pelanggan dan implikasinya pada loyalitas siswa, dengan tujuan untuk memperoleh gambaran mengenai kualitas jasa, nilai pelanggan dan loyalitas siswa madrasah ibtida’iyah di lingkungan Departemen Agama Kota Cimahi. Juga bertujuan mengetahui pengaruh kualitas jasa dan nilai pelanggan terhadap loyalitas siswa.

Kajian tesis ini dimulai dari kualitas jasa, nilai pelanggan, dan loyalitas. Kualitas jasa yang mengkaji *tangibles*, *reliability*, *emphaty*, *responsiveness*, dan *assurance* berdasarkan kekhasan dalam pendidikan. Nilai pelanggan berkaitan dengan persepsi para siswa dari manfaat-manfaat yang diterima dari madrasah dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan seperti uang, waktu, dan usaha. Loyalitas merupakan hubungan jangka panjang yang positif antara madrasah dengan siswa (orang tua siswa) dengan melalui beberapa tahapan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tiada gading tak retak, begitu juga dengan tesis ini. Oleh karena itu, saran dan kritik konstruktif dari pembaca sangat penulis harapkan demi tercapainya kebaikan menuju kesempurnaan. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi yang membaca dan menekuninya sebagai salah satu sumbangan keilmuan khususnya yang berkaitan dengan manajemen pemasaran jasa pendidikan.

Bandung, 26 januari 2007

AGUS MUSTOPA



UCAPAN TERIMA KASIH

Seraya memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, perkenankanlah penulis menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih setulus hati atas dorongan moril dan bantuan materil serta bimbingan dari berbagai pihak sehingga terselesaikannya tesis ini, kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Buchari Alma, M.Pd. dan Ibu Dr. Ratih Hurriyati, M.Si., selaku Pembimbing I dan II dengan kesabaran, ketekunan, ketelitian dan keterbukaannya telah memberikan bimbingan, petunjuk, dorongan dalam penyusunan tesis ini.
2. Bapak Dr. H. Agus Rahayu, M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Bisnis, yang telah memberikan upaya-upaya akselerasi dan dukungan dalam menyelesaikan studi.
3. Bapak Prof. Dr. H. Asmawi Zainul, M.Ed. selaku Direktur Sekolah Pascasarjana beserta jajarannya yang telah memberikan fasilitas dan berbagai kemudahan selama proses penyelesaian perkuliahan.
4. Bapak Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Para dosen Magister Manajemen Bisnis yang telah membuka wawasan dan keilmuan baru yang sangat berharga bagi penulis. Juga Tata Usaha beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan administrasi.
6. Manajemen Yayasan Asih Putera, khususnya kepada Bapak Drs. Dedi Kuswandi selaku Sekjen Yayasan Asih Putera, yang telah memberikan kepercayaan dan

dukungan kepada penulis baik material maupun non material. Juga rekan kerja yang telah memberikan bantuan dan pengertiannya.

7. Kepala Departemen Agama Kota Cimahi, Kepala Sekolah Madrasah Ibtidaiyah, dan Para Guru yang telah memberikan ijin penelitian dan Para Siswa tercinta yang telah berkenan mengisi angket.
8. Isteri Tercinta, Elis Wisusita, yang telah memberikan dorongan, do'a dan waktu untuk kita bersama yang terpakai sebagian oleh penulis selama studi. Anak-anak Tersayang, Fawwaz Syiham Muyassar dan Faza Syiham Mu'afa, yang telah menjadi sumber inspirasi dan spirit bagi Abahnya. Juga Emih dan Ema yang telah memberikan doa demi kelancaran dan kemudahan studi.

Jazakumullah Khairon Katsiron



DAFTAR ISI

Pengesahan	
Pernyataan	
Abstract	
Kata Pengantar	
Ucapan Terima Kasih	
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	13
2.1.1 Konsep Jasa	13
2.1.2 Bauran Pemasaran Jasa	20
2.1.3 Kualitas Jasa	23
2.1.4 Nilai Pelanggan	32
2.1.5 Loyalitas Pelanggan	38
2.2 Kerangka Pemikiran	46
2.3 Hipotesis Penelitian	57
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	58
3.2 Metode Penelitian	58
3.2.1 Desain dan Jenis Penelitian	58
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	60
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	64
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	65
3.2.5 Teknik dan Alat pengumpulan Data	69
3.2.6 Validitas dan Reliabilitas	70
3.2.7 Teknik Analisis Data	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	76
4.1.1 Gambaran Umum Madrasah Ibtida'iyah.....	76
4.1.2 Gambaran Umum Madrasah Ibtida'iyah di Kota Cimahi...	78
4.2 Analisis Karakteristik dan Pengalaman Responden	80

4.2.1 Analisis Karakteristik Responden (Para Siswa MI).....	80
4.2.2 Analisis Pengalaman Responden (Para Siswa MI).....	81
4.3 Gambaran Variabel Penelitian.....	85
4.3.1 Gambaran Kualitas Jasa.....	85
4.3.2 Gambaran Nilai Pelanggan.....	97
4.3.3 Gambaran Loyalitas Siswa.....	105
4.4 Hasil Analisis Data.....	108
4.4.1 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	108
4.4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	116
 BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan.....	124
5.2 Rekomendasi.....	125
 DAFTAR PUSTAKA	128
 LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP NILAI PELANGGAN DAN IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS SISWA (Survei Pada Siswa Madrasah Ibtida'iyah di Lingkungan Departemen Agama Kota Cimahi)

No.		Hal.
1.1	Jumlah Madrasah Ibtidaiyah dan Siswa Pada Tahun Pelajaran 2004/2005.....	3
1.2	Jumlah Siswa MI Di Lingkungan Departemen Agama Kota Cimahi	5
2.1	Determinan Kualitas Jasa Universitas	28
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	60
3.2	Jenis dan Sumber Data	65
3.3	Rincian Populasi Sasaran Penelitian	66
3.4	Jumlah Sampel Terpilih.....	69
3.5	Rangkuman Uji Validitas Kuesioner	71
3.6	Rangkuman Uji Reliabilitas.....	72
4.1	Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
4.2	Kelompok Responden Berdasarkan Usia.....	81
4.3	Kelompok Responden Berdasarkan Kelas.....	81
4.4	Fasilitas Sekolah Yang Sering Dipergunakan.....	82
4.5	Keterlambatan Kegiatan Belajar Mengajar.....	83
4.6	Frekuensi Komunikasi Antara Sekolah dan Orang Tua.....	83
4.7	Perhatian Khusus Guru Dalam Menghadapi Kesulitan Siswa.....	84
4.8	Manfaat Belajar Di Madrasah Ibtida'iyah.....	84
4.9	Alasan Sekolah Di MI.....	85
4.10	Tanggapan Siswa Terhadap Ketersediaan Playground.....	87
4.11	Tanggapan Siswa Terhadap Ketersediaan Alat-Alat dan Bahan Peraga... ..	88
4.12	Tanggapan Siswa Terhadap Kebersihan dan Kerapihan Madrasah.....	88
4.13	Tanggapan Siswa Terhadap Ketersediaan Laboratorium.....	89
4.14	Tanggapan Siswa Terhadap Ketersediaan Perpustakaan.....	89

Lanjutan Daftar Tabel

No.	PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP NILAI PELANGGAN DAN IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS SISWA	Hal.
4.15	Kesesuaian Kegiatan Belajar Mengajar dengan Jadwal Pelajaran.....	90
4.16	Ketepatan Masuk.....	91
4.17	Kemudahan dan Kecepatan Mendapatkan Nilai.....	91
4.18	Perhatian Para Guru Terhadap Kebutuhan dan Keinginan Siswa.....	93
4.19	Silaturahmi dan Komunikasi Antara Guru Kelas dengan Orang Tua.....	93
4.20	Bimbingan dan Konsultasi Pribadi Kepada Siswa.....	94
4.21	Tingkat Pemberian Informasi Terkini Tentang Sekolah.....	95
4.22	Kemampuan Para Guru Menguasai Materi Pelajaran.....	96
4.23	Perasaan Aman Para Siswa Berada Di Sekolah.....	97
4.24	Tingkat Biaya Pendidikan.....	98
4.25	Tingkat Biaya Transportasi Menuju Sekolah.....	99
4.26	Tingkat Ketepatan Waktu Masuk Kegiatan Belajar Mengajar.....	99
4.27	Tingkat Waktu Yang Digunakan Menuju Sekolah.....	100
4.28	Tingkat Biaya Energi yang Dikeluarkan Untuk Belajar Di Sekolah.....	100
4.29	Tingkat Biaya Energi yang Dikeluarkan Untuk Menuju Sekolah.....	101
4.30	Tingkat Beban Pikiran Dalam Mengikuti Pelajaran.....	101
4.31	Tingkat Beban Pikiran Menuju Sekolah.....	102
4.32	Tingkat Manfaat Citra Madrasah.....	103
4.33	Tingkat Manfaat Kemampuan dan Penampilan Para Guru.....	103
4.34	Tingkat Manfaat Pelayanan dan Perhatian Para Guru.....	104
4.35	Tingkat Manfaat Pelajaran.....	104
4.36	Tingkat Nilai Pelanggan Yang Diterima Siswa.....	105
4.37	Bertahan Belajar Di Madrasah Hingga Lulus.....	106
4.38	Membicarakan Hal-Hal Positif Sekolah.....	107
4.39	Menyarankan dan Mengajak Orang Lain.....	107
4.40	Menolak Ajakan Untuk Pindah.....	108
4.41	Matriks Korelasi Antarvariabel Kualitas Jasa dan Nilai Pelanggan Dengan Loyalitas Siswa.....	110

Lanjutan Daftar Tabel

No.	PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP NILAI PELANGGAN DAN IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS SISWA	Hal.
4.42	Ringkasan Estimasi Koefisien Jalur Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Nilai Pelanggan Dan Implikasinya Loyalitas Siswa.....	111
4.43	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Siswa.....	115
4.44	Pengaruh Total Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Siswa.....	116



DAFTAR GAMBAR

PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP NILAI PELANGGAN DAN IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS SISWA

(Survei Pada Siswa Madrasah Ibtida'iyah di Lingkungan
Departemen Agama Kota Cimahi)

No.		Hal.
1.1	Perkembangan Jumlah Siswa SD dan MI Di Kota Cimahi dari Tahun Ajaran 2002-2003 sampai 2004-2005	4
1.2	Perkembangan Penerimaan Siswa Baru Madrasah Ibtidaiyah Tahun Ajaran 2004-2005 sampai 2005-2006	6
2.1	Kontinum Ketidakberwujudan dan Keberwujudan	16
2.2	Pemasaran Jasa Terintegrasi	18
2.3	Proses Sirkuler Pendidikan	19
2.4	<i>Determinants of Customer Added Value</i>	33
2.5	Rata Laba Pelayanan	42
2.6	Empat Jenis Loyalitas	43
2.7	Tangga Loyalitas Pelanggan	44
2.8	Kerangka Pemikiran Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Nilai Pelanggan dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Siswa	55
2.9	Paradigma Penelitian Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Nilai Pelanggan dan Implikasinya Pada Loyalitas Siswa.....	56
3.1	Diagram Jalur Lengkap Hubungan Kausal Antarvariabel.....	75
4.1	Hasil Kontinum Kualitas Jasa.....	86
4.2	Diagram Jalur Lengkap.....	109
4.3	Hubungan Kausal Empiris Antara X1, Y1 dan Y2.....	111

