

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DI MTS NEGERI 1 KENDAL**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan  
dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam



Oleh :

Umi Istianah

NIM: 1503036018

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG**

**2019**

## PERNYATAAN KEASLIAN

**Yang bertandatangan dibawah ini:**

Nama : **Umi Istianah**

NIM : 1503036018

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

### **PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MTS NEGERI 1 KENDAL**

secara keseluruhan adalah hasil penelitian/hasil karya saya sendiri  
kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 23 Juli 2019

---

Pembuat Pernyataan,  
  
Umi Istianah  
NIM:1503036018





**KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kota Semarang Semarang 50185)  
Telepon 024-7604554, Fax 024-7601293**

---

**PENGESAHAN**

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Jasa terhadap Kepuasan  
Konsumen di MTs Negeri 1 Kendal

Nama : Umi Istianah

NIM : 1503036018

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Program Studi : S1

telah diujikan dalam sidang *munaqosyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dan ilmu Manajemen Pendidikan Islam.

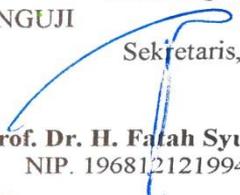
Semarang, 23 Juli 2019

**DEWAN PENGUJI**

Ketua,

  
**Dr. Fahrurrozi, M. Ag**  
NIP. 197708162005011003

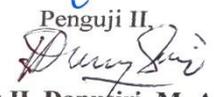
Sekretaris,

  
**Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M. Ag**  
NIP. 196812121994031003

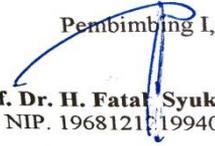
Penguji I,

  
**Mukhamad Rikza, S.Pd. I., M. Si**  
NIP. 198003202007101001

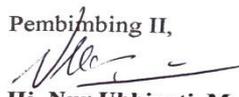
Penguji II,

  
**Drs. H. Danusiri, M. Ag**  
NIP. 195611291987031001

Pembimbing I,

  
**Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M. Ag**  
NIP. 196812121994031003

Pembimbing II,

  
**Prof. Dr. Hj. Nur Uhbiyati, M. Pd**  
NIP. 195202081976122001

## NOTA DINAS

Semarang, 23 Juli 2019

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
UIN Walisongo  
Di Semarang

*Assalamu'alaikum wr. Wb.*

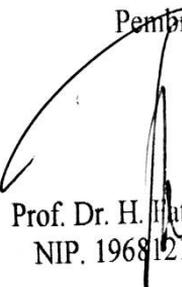
Dengan ini diberitahukan bahwa, saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : **Pengaruh Kualitas Layanan Jasa terhadap  
Kepuasan Konsumen di MTs Negeri 1 Kendal**  
Nama : Umi Istianah  
NIM : 1503036018  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo untuk diajukan dalam sidang Munaqosyah.

*Wassalamu'alaikum wr. wb.*

Pembimbing I,



Prof. Dr. H. Hatah Syukur, M. Ag  
NIP. 19681212 199403 1 003

## NOTA DINAS

Semarang, 23 Juli 2019

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
UIN Walisongo  
Di Semarang

*Assalamu'alaikum wr. Wb.*

Dengan ini diberitahukan bahwa, saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : **Pengaruh Kualitas Layanan Jasa terhadap  
Kepuasan Konsumen di MTs Negeri 1 Kendal**  
Nama : Umi Istianah  
NIM : 1503036018  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo untuk diajukan dalam sidang Munaqosyah.

*Wassalamu'alaikum wr. wb.*

---

Pembimbing II,



Prof. Dr. Hj. Nur Uhbiyati, M. Pd  
NIP. 19520208 197612 2 001

## ABSTRAK

Judul : Kualitas Layanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen di  
MTs Negeri 1 Kendal

Penulis : Umi Istianah

NIM : 1503036018

Kajian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh hampir setiaptahunnya 1 rombel siswa yang ditolak bersekolah di MTs Negeri 1 Kendal dimungkinkan pengaruh dari kualitas layanan jasa disekolah yang diberikan oleh siswa memuaskan. Penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab permasalahan: (1) Bagaimana kualitas layanan jasa di MTs Negeri 1 Kendal? (2) Bagaimana kepuasan konsumen di MTs Negeri 1 Kendal? (3) Berapa besar pengaruh kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen di MTs Negeri 1 Kendal?

Jenis penelitian ini kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket), Observasi, dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis pendahuluan yang didalamnya terdapat penskoran dengan menggunakan skala likert, uji coba validitas dan reliabilitas, Analisis hipotesis dengan menggunakan analisis korelasi *product moment pearson* serta analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan jasa dan kepuasan konsumen di MTs Negeri 1 Kendal tergolong “cukup”, kualitas layanan jasa memiliki pengaruh kuat yang positif terhadap kepuasan konsumen. Kontribusi kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen di MTs Negeri 1 Kendal sebesar 40,7%.

Saran untuk MTs Negeri 1 Kendal adalah sekolah dapat meningkatkan kualitas layanan jasa dengan menciptakan kerja yang profesional, optimal serta meningkatkan kompetensi yang ada untuk memberikan kepuasan kepada siswa.

Kata Kunci: Kualitas layanan jasa dan Kepuasan konsumen

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam skripsi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

ا	A	ط	ṭ
ب	B	ظ	ẓ
ت	T	ع	‘
ث	ṡ	غ	q
ج	J	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	D	ل	l
ذ	Ẓ	م	m
ر	R	ن	n
ز	Z	و	w
س	S	ه	h
ش	sy	ء	’
ص	ṡ	ي	y
ض	d		

Bacaan Madd:

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

Bacaan diftong:

au = اُوْ

ai = اَيِّ

iy = اِيْ

## **MOTTO**

Kekuatan terbesar dalam diri kita adalah semangat yang tidak pernah sirna. Dan semangat itu akan terus tumbuh selama kita berdo'a dan berusaha.

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan rasa syukur terhadap Allah SWT yang senantiasa memberikan hidayah, taufiq serta inayah-Nya. Alhamdulillah penulis telah menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen di MTs Negeri 1 kendal”. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan program studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, arahan dan nasehat dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan kali ini ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Raharjo M.Ed, St. selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang.
3. Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Dr. Fahrurrozi M.Pd., Sekretaris Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Dr. Fatkuroji M.Pd., yang telah mengijinkan pembahasan skripsi ini.
4. Pembimbing I dan Pembimbing II, Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M. Ag., dan Prof. Dr. Hj. Nur Uhbiyati, M. Pd., yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikirannya untuk selalu memberikan bimbingan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Segenap dosen, pegawai dan seluruh civitas akademika di lingkungan UIN Walisongo Semarang.
6. Kepala MTs Negeri 1 Kendal, Drs. Sugiyanto, M. Pd. I. yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
7. Almarhum Ayahanda Juari dan Ibunda Muntiah yang telah melepaskan putrinya dengan penuh keridhoan untuk merantau menuntut ilmu di UIN Walisongo Semarang. Tanpa kesempatan itu, saya mustahil berada di titik sekarang ini.

8. Kakak Muchammad Sunainanto dan Siti Patonah serta kedua keponakan saya Ahmad Ja'far Nasiruddin dan Ahmad Bahrul Anwar yang selalu mendukung dan menjadi motivasi untuk senantiasa berusaha.
9. Sahabat seperjuangan MPI Angkatan 2015 khususnya MPI A 2015 yang selalu memberikan support serta informasi dalam penulisan skripsi.
10. Keluarga Qolbun Salim Wisma Al-Ma'wa yang memberikan semangat dan do'a kepada penulis.
11. Seluruh pihak yang tanpa mengurangi rasa hormat, tidak bisa disebutkan satu per satu namun berjasa besar bagi penulis.

Semoga Allah membalas kebaikan kalian dengan sabaik-baiknya balasan. Terima kasih, dalam penelitian ini ada andil kalian semua.

Semarang, 23 Juli 2019  
Penulis

Umi Istianah

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>TRANSLITERASI</b> .....	vii
<b>MOTTO</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA</b> <b>TERHADAP KEPUASAN KOSUMEN</b> .....	12
A. Kajian Teori .....	12
1. Pengertian Kualitas Layanan.....	12
2. Pengertian Jasa .....	21
3. Pengertian Layanan Jasa .....	23
4. Karakteristik Jasa yang Mencolok .....	25
5. Lima Gap yang Berpotensi Menyebabkan Kegagalan Penyampaian Jasa .....	31

6. Kepuasan Konsumen.....	33
7. Pendidikan Madrasah Tsanawiyah dan Karakteristiknya .....	38
8. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	40
9. Pengaruh Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen .....	43
B. Kajian Pustaka.....	53
C. Kerangka Berpikir/Rumusan Hipotesis.....	56
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>59</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	59
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	59
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	60
D. Variabel dan Indikator Penelitian .....	64
E. Teknik Pengumpulan Data .....	67
F. Teknik Analisis Data .....	71
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN....</b>	<b>80</b>
A. Hasil Penelitian.....	80
B. Pembahasan .....	124
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	145
D. Keterbatasan Penelitian .....	147
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>149</b>
A. Kesimpulan.....	149
B. Saran.....	150
C. Kata Penutup.....	151
<b>Kepustakaan .....</b>	<b>153</b>

**Lampiran.....161**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1 Fasilitas Sekolah

Tabel 4.2 Skor Nilai Kuesioner Kualitas Layanan Jasa

Tabel 4.3 Distribusi Nilai Mean Kualitas Layanan Jasa

Tabel 4.4 Kualitas Layanan Jasa di MTs N 1 Kendal

Tabel 4.5 Skor Nilai Kuesioner Kepuasan Konsumen di MTs N 1  
Kendal

Tabel 4.6 Distribusi Nilai Mean Kepuasan Kosumen di MTs N 1  
Kendal

Tabel 4.7 Kepuasan Konsumen MTs N 1 Kendal

Tabel 4.8 Pengaruh Kualitas Layanan Jasa terhadap Kepuasan  
Konsumen

Tabel 4.9 Pedoman Interpretasi Sederhana terhadap Indeks  
Korelasi

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dalam penilaian kualitas jasa, konsumen terlibat secara langsung serta ikut di dalam proses jasa tersebut, sehingga yang dimaksud dengan kualitas jasa adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa yang dikonsumsi atau yang dirasakan.<sup>1</sup>

*Satisfaction is the consumer's assessment of a product or service in terms of the extent to which that product or service has met his/her needs or expectations.*<sup>2</sup> Kepuasan konsumen adalah penilaian produk atau layanan yang telah memenuhi kebutuhan atau harapan pelanggan.

Secara Umum, kepuasan pelanggan memberikan dua manfaat utama bagi perusahaan, yaitu loyalitas dan efek *positive word of mouth*.<sup>3</sup> Kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu sekolah akan menciptakan kepuasan tersendiri bagi konsumennya.

---

<sup>1</sup> Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 47.

<sup>2</sup> John Mutua, et.al., *Consumers Satisfaction in the Energy Sector in Kenya, Journal* (Kenya: Kenya Institute for Public Policy Research and Analysis, 2012), hlm. 703.

<sup>3</sup> Zulkarnain, *Ilmu Menjual: Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 123.

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pengguna dan berakhir pada tanggapan pengguna. Tanggapan pengguna terhadap kualitas pelayanan itu sendiri merupakan penilaian menyeluruh terhadap keunggulan suatu pelayanan.<sup>4</sup>

Kualitas pendidikan yang baik bukan berdasarkan sudut pandang pihak penyedia jasa atau sekolah maupun konsumen atau siswa, tetapi berdasarkan Standart Operasional Pelayanan. Sekolah harus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanan agar mendapat tempat yang baik di mata masyarakat.

Sistem penyampaian layanan mempertimbangkan tiga faktor penting, yaitu perbaikan kualitas layanan, kemudahan untuk mengakses layanan, dan penurunan biaya layanan. Persepsi masyarakat atas kualitas layanan sekolah memiliki pengaruh kuat terhadap kecenderungan masyarakat untuk studi di sekolah tersebut.<sup>5</sup>

Ketika konsumen akan memilih jasa pendidikan mereka juga dipengaruhi banyak faktor, seperti halnya dalam pemilihan produk. Konsumen memiliki pandangan yang

---

<sup>4</sup> Nyoman Oka Dharma, dkk., “Hubungan Antara Kualitas Layanan Perpustakaan Udhiksa dan Kepuasan Penggunanya”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, (Vol.2 No.2, tahun 2013), hlm. 223.

<sup>5</sup> A. J. Ibnu Wibowo, “Pengaruh Kualitas Layanan, Reputasi, dan Nilai Layanan Perguruan Tinggi Terhadap Kepuasan Mahasiswa”, *Jurnal*, (Vol. 13 No. 2), hlm. 60.

berbeda-beda atas apa yang dihasilkan lembaga pendidikan tersebut menyebabkan adanya ketidakmerataan jumlah peminat terhadap lembaga pendidikan tersebut. Ada beberapa pakar dibidang pemasaran telah mengembangkan dimensi kualitas jasa atau faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas jasa berdasarkan hasil penelitian.

Parasuraman, Zeithaml dan Berry melakukan penelitian terhadap penyedia jasa mulai tahun 1985, 1988. Pada akhirnya tahun 1988 Parasuraman dan teman-teman mengemukakan lima dimensi kualitas jasa. Kelima dimensi adalah *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (produk-produk fisik).<sup>6</sup>

Dimensi kualitas dapat digunakan untuk menilai kualitas jasa atau layanan yang diterapkan oleh suatu lembaga. Kualitas layanan yang baik dapat menarik konsumen baru.

Dalam pandangan Islam tentang pelayanan didalam pendidikan, Allah SWT memberi gambaran tentang bagaimana pelayanan yang baik. Adapun firman Allah yang berkaitan dengan pelayanan didalam Q.S Ali Imron (Q.S 3:159)

---

<sup>6</sup> Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 51.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ<sup>ط</sup> وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا  
 أَلْقَبَ لَآنْفُسُورًا مِّنْ حَوْلِكَ<sup>ط</sup> فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ  
 لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ<sup>ط</sup> فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ  
 إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ<sup>ج</sup>

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”

Karena rahmat Allah, Rasulullah dapat memiliki sikap lemah lembut dan tidak kasar terhadap sahabat, meskipun mereka melakukan kesalahan dalam perang uhud dengan meninggalkan posisi yang strategis di atas bukit, hal ini menyebabkan kegagalan dipihak kaum muslimin.

Meskipun dalam keadaan sangat genting, seperti terjadi pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh sebagian kaum muslimin dalam perang Uhud sehingga menyebabkan kaum muslimin menderita, tetapi Rosulullah tetap bersikap lemah lembut dan tidak marah terhadap para pelanggar itu, bahkan memaafkannya dan memohon ampun dari Allah untuk mereka. Andaikan Nabi Muhammad saw bersikap keras, berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari beliau.<sup>7</sup>

Di dalam lembaga pendidikan, apabila ada siswa atau konsumen melakukan suatu pelanggaran atau mengecewakan pemberi jasa, sebaiknya pemberi jasa bersikap lemah lembut dan tidak marah terhadap siswa tersebut, bahkan alangkah baiknya memaafkan dan mendo'akan mereka. Apabila pemberi jasa bersikap marah atau keras terhadap siswa tersebut, maka siswa tersebut akan menjauh dan benci darinya dan dapat pindah ke sekolah lain.

Dimasa yang akan datang, dimana situasi sangat cepat berubah, para administrator pendidikan harus mempersiapkan diri untuk lebih antisipatif karena akan banyak muncul tuntutan dari masyarakat.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*, (Edisi disempurnakan, jilid. II), (Jakarta: Lentera Abadi, 2010), hlm. 68.

<sup>8</sup> Anggia Ruhika, "Kualitas Pelayanan Pendidikan dan Dampaknya terhadap Nilai serta Kepuasan Siswa di SMA Al Ma'soem

*For innovation to be meaningful in higher education institutions, new skills are required for incorporation into the service delivery process, such as teachers becoming technologically-savvy in the teaching-learning process. By so doing, it will add impetus to students' satisfaction, and this leading to positive word-of-mouth referrals to potential customers.*<sup>9</sup> Agar inovasi menjadi berarti tingkat yang lebih tinggi di lembaga pendidikan, keterampilan baru diperlukan untuk dimasukkan ke dalam proses pemberian layanan, seperti sebagian guru yang paham teknologi dalam proses belajar mengajar. Dengan melakukan itu, akan menambah dorongan untuk kepuasan siswa, dan dengan demikian mengarah ke rujukan positif dari mulut ke mulut ke potensi pelanggan.

Dalam pemasaran jasa, kesuksesan sangat bergantung pada sumber daya manusia yang dimiliki. Apalagi dalam jasa, terjadi kontak antara sumber daya manusia dengan pelanggan secara langsung. Perusahaan juga harus mengantisipasi segala kemungkinan terjadinya permasalahan dalam mengelola sumber

---

Jatinangor Sumedang”, *Skripsi* (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2012), hlm. 1.

<sup>9</sup> Ibrahim Danjuma and Amran Rasli, “*Imperatives of Service Innovation and Service Quality for Customer Satisfaction: Perspective on higher education*”, *Journal Social and Behavioral Sciences* (Skudai: University Technology Malaysia, 2012), hlm. 351.

daya manusia, mulai dari tahap seleksi hingga proses manajemen sumber daya manusia yang lebih kompleks.<sup>10</sup>

Kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan adanya kesadaran bagi semua anggota yang ada di sekolah akan pentingnya kepuasan konsumen bagi kelangsungan hidup sekolah. Kesadaran semacam ini harus diimplementasikan dengan tindakan yang nyata bahwa semua anggota dalam sekolah termasuk pemasar. Dengan kata lain tugas pemasar adalah memuaskan konsumen tidak hanya dilakukan oleh seorang saja, tetapi menjadi tanggung jawab semua anggota yang ada.<sup>11</sup>

Upaya menciptakan kepuasan konsumen bukanlah proses yang mudah, karena melibatkan pula komitmen dan dukungan aktif dari para staf, guru, kepala sekolah. Oleh sebab itu proses penciptaan kepuasan konsumen merupakan sebuah siklus proses yang saling terikat antara kepuasan pemilik, kepuasan karyawan dan kepuasan konsumen.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti, *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), hlm. 89.

<sup>11</sup> Asmai Ishak, "Pentingnya Kepuasan Konsumen dan Implementasi Strategi Pemasarannya", *Jurnal Siasat Bisnis*, (Ed Th. 1 Vol. 3, 2005), hlm. 9.

<sup>12</sup> Ivonne Wood, *Layanan Pelanggan: Cara Praktis, Murah, dan Inspiratif Memuaskan Pelayanan Anda*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 12

Banyak keuntungan yang dapat dipetik dari tindakan melibatkan staf dalam meningkatkan mutu dan pelayanan kepada pelanggan. Sebagai awal, staf punya banyak sekali pengetahuan tentang apa yang perlu dilakukan secara lebih baik, dan bagaimana cara hal itu, dan bagaimana cara hal itu bisa dicapai. Orang yang paling dekat dengan pelanggan punya informasi yang berharga mengenai kebutuhan mereka.<sup>13</sup>

Pelayanan yang penting di sekolah adalah hubungan antara siswa dengan guru dan staf sekolah karena dengan adanya hubungan yang baik antara siswa dengan guru maupun staf sekolah dapat menimbulkan rasa kepercayaan, serta keyakinan atas kemampuan siswa yang akan berdampak kepada kesuksesan siswa dalam belajar.

Kualitas pelayanan pada industri jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang pelanggan harapkan.<sup>14</sup> Kualitas pelayanan pendidikan untuk meningkatkan kepuasan siswa merupakan cara sekolah untuk bersaing dengan sekolah-sekolah lainnya dalam menarik siswa baru. Oleh karena itu lembaga pendidikan harus berusaha melakukan pengukuran terhadap tingkat kepuasan konsumen serta mampu mengidentifikasi

---

<sup>13</sup> Denis Walker, *Mendahulukan Pelanggan*, (Jakarta: Binarupa Aksara: 1997), hlm. 106

<sup>14</sup> Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti, *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), hlm. 117

pengaruh kualitas pelayanannya terhadap konsumen yang dihadapi.

Permasalahan bagi peneliti dalam penelitian disini adalah siswa yang mendaftar di MTs Negeri 1 Kendal sangat banyak yaitu hampir 11 rombel, tetapi siswa yang tidak diterima di MTs Negeri 1 Kendal juga banyak yaitu satu rombel lebih. Hal tersebut terjadi karena setiap kelas atau rombel dibatasi maksimal 32 siswa.

Kenyataan yang terjadi di MTs Negeri 1 Kendal menunjukkan jumlah siswa yang mendaftar pada tahun 2016/2017 berjumlah 330 siswa, tetapi yang diterima berjumlah 317 siswa, tahun 2017/2018 yang mendaftar 380 siswa, yang diterima 360 siswa, tahun 2018/2019 yang mendaftar 360 siswa, sedangkan yang diterima 318 siswa.<sup>15</sup>

MTs Negeri 1 Kendal memiliki 73 orang guru dan pegawai. Guru PNS berjumlah 51 orang, guru non PNS berjumlah 10 orang, pegawai PNS berjumlah 6 orang, pegawai non PNS berjumlah 11 orang. Guru yang tidak mengajar sesuai kualifikasinya berjumlah 3 orang, selebihnya sesuai dengan kualifikasinya, sedangkan guru yang sudah bersertifikasi berjumlah 44 orang.

---

<sup>15</sup> Hasil dokumentasi pada tanggal 30 April 2019, pukul 9.30

Fasilitas dan layanan pendidikan yang menunjang proses pembelajaran siswa, layanan yang ada diantaranya bimbingan konseling, perpustakaan, kantin, program pembiasaan sholat berjama'ah, berbagai ekstrakurikuler serta dilengkapi laboratorium IPA, laboratorium bahasa, aula, laboratrium komputer. Laboratorium komputer terdapat 37 komputer untuk siswa, komputer tersebut cukup untuk melaksanakan ujian berbasis komputer, dapat dilihat dengan tingkat kelulusan tahun 2016/2017 dan 2017/2018 tamat atau lulus 100%.<sup>16</sup>

Berdasarkan paparan tentang kenyataan yang ada di MTs Negeri 1 Kendal dan mengingat begitu penting kualitas pelayanan jasa pendidikan yang diduga berdampak terhadap kepuasan para siswa yang nantinya dapat menentukan keberlangsungan sekolah tersebut. Sehingga peneliti meneliti antara keterkaitan pelayanan jasa terhadap kepuasan dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen di MTs Negeri 1 Kendal”**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana kualitas layanan jasa di MTs Negeri 1 Kendal?
2. Bagaimana kepuasan konsumen di MTs Negeri 1 Kendal?

---

<sup>16</sup> Hasil dokumentasi pada tanggal 30 April 2019, pukul 9.30

3. Berapa besar pengaruh kualitas layanan jasa pendidikan terhadap kepuasan konsumen di MTs Negeri 1 Kendal?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mendiskripsikan dan menganalisis kualitas layanan jasa di MTs Negeri 1 Kendal.
2. Untuk mendiskripsikan dan menganalisis kepuasan konsumen di MTs Negeri 1 Kendal.
3. Untuk mendiskripsikan dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen di MTs Negeri 1 Kendal.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan literatur penelitian yang akan datang dengan masalah yang sama, sehingga dengan penelitin ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Kementerian Agama

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen di MTs Negeri 1 Kendal,

sehingga dapat menjadi perhatian bagi instansi dalam membantu perkembangan dan peningkatan kualitas seluruh lembaga madrasah tsanawiyah di Kabupaten Kendal.

b. Bagi Madrasah

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan sebagai dasar pertimbangan dalam usaha perbaikan Madrasah pada umumnya dan diharapkan dapat memberikan masukan untuk meningkatkan kualitas layanan jasa.

c. Bagi Masyarakat Pengguna

Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran, rekomendasi serta informasi kepada masyarakat dalam mengambil keputusan memilih sekolah.

## **BAB II**

### **PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

#### **A. Kajian Teori**

1. Pengertian Kualitas Layanan

*Quality is the basis for the functioning of the service sector, this one of the main tasks of the rapidly growing service sector is to ensure the quality of service to*

*the customers*.<sup>17</sup> Kualitas adalah dasar untuk berfungsinya sektor jasa, dengan demikian salah satu tugas utama dari sektor layanan yang berkembang pesat adalah untuk memastikan kualitas layanan kepada pelanggan.

Layanan berasal dari kata layan yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan pelayanan. Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia.<sup>18</sup>

Untuk menciptakan layanan pendidikan yang baik, proses interaksi perlu dipelajari dan dipahami bersama. Bukan hanya interaksi ketika melayani pelanggan (siswa), tetapi ketika berinteraksi di dalam organisasi, yaitu dengan pimpinan, bawahan, rekan juga.

مَنْ قَضَىٰ لِأَخِيهِ الْمُسْلِمِ حَاجَةً كَانَ لَهُ مِنْ الْأَجْرِ  
كَمَنْ خَدَمَ اللَّهُ عُمَرَهُ

Barang siapa yang memenuhi kebutuhan saudaranya, maka baginya pahala seperti pahalanya orang yang

---

<sup>17</sup> Ieva Meidute-Kavaliauskiene, et.al, “*Consumer Satisfaction with the Quality of Logistics Services*”, *Journal* (Vilnius: Vilnus Gediminas Technical University, 2014), hlm. 331

<sup>18</sup> L.P Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik: Teori, Kebijakan dan Implementasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), Cet ke-5, hlm. 3

menghabiskan umurnya untuk berkhidmat kepada Allah.

Telah diriwayatkan oleh Abu Naim dalam kitab al Haliyyah, dengan sanad dari Ahmad bin Muhammad an-Nuri, dari Sariyyi as-Saqthi, dari Ma'ruf al Karakhi, dari Ibnu Sammak, dari al-A'masy, dari Anas r.a.<sup>19</sup>

Gronross menunjukkan bahwa kualitas yang dirasakan dari pelayanan adalah hasil dari proses evaluasi di mana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan.<sup>20</sup> Pendefinisikan kualitas layanan menurut Gronross dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Dari definisi kualitas dan pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah bektuk aktivitas yang dilakukan sekolahan guna memenuhi kebutuhan konsumen.

*Quality in education can be said to be determended by the extent to which students' needs and*

---

<sup>19</sup> Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Silsilah Hadist Dha'if dan Maudhu'*, (Jakarta: Gema Isani Press, 1997), hlm. 219

<sup>20</sup> Christopher Lovelock, dkk., *Pemasaran Jasa-Perspektif Indonesia Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 154.

*expectations can be satisfied.*<sup>21</sup> Kualitas dalam pendidikan bisa dikatakan ditentukan oleh sejauh mana kebutuhan dan harapan siswa dapat dipenuhi.

Berbagai perspektif mengenai kualitas layanan

- a. Pendekatan berbasis manufaktur didasarkan pada persediaan terutama sangat memerhatikan praktik-praktik teknik dan manufaktur. (dalam sektor jasa, kami mengatakan bahwa kualitas dipicu oleh operasi). Pendekatan ini berfokus pada kesesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, sering kali dipicu oleh tujuan produktivitas dan pengamanan biaya.
- b. Definisi berbasis pengguna dimulai dengan premis kualitas terletak dimata orang yang melihatnya. Definisi ini menyamakan kualitas dengan kepuasan maksimum. Perspektif yang subjektif dan berorientasi pada kebutuhan ini mengakui bahwa pelanggan yang berbeda memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda pula.<sup>22</sup>

*Ensure that our definitions of satisfaction are consistent with consumers' views. This is critical since,*

---

<sup>21</sup> Kay C. Tan and Sei W. Kek, "Service Quality in Higher Education Using an Enhanced SERVQUAL Approach", *Journal* (Vol. 10, No. 1, tahun 2004), hlm. 1.

<sup>22</sup> Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, Jacky Mussry, *Pemasaran Jasa-Perspektif Indonesia Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 153

*ultimately, we must understand consumers' meaning of satisfaction and consumers must understand what we mean when we use the term, satisfaction.*<sup>23</sup> Pastikan definisi kepuasan konsisten dengan pandangan konsumen. Ini penting karena penyedia layanan harus memahami makna kepuasan konsumen dan konsumen harus memahami apa yang penyedia layanan.

Untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan, ada lima faktor Standar Operasional Pelayanan yang harus diperhatikan oleh lembaga pendidikan, yaitu sebagai berikut:

a. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang merekagunakan berkualitas<sup>24</sup>

Dimensi-dimensi keunggulan sebagai berikut:

- 1) masukan yaitu siswa diseleksi secara ketat dengan menggunakan kriteria tertentu dan prosedur yang dapat dipertanggungjawabkan.

---

<sup>23</sup> Joan L. Giese and Joseph A. Cote, "Defining Consumer Satisfaction", *Journal* (Washington: Washington State University, 2000), hlm. 1

<sup>24</sup> Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti, *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), hlm. 117

- 2) Sarana prasarana yang menunjang untuk memenuhi kebutuhan belajar siswa serta menyalurkan minat dan bakatnya.
- 3) Lingkungan belajar yang kondusif untuk berkembangnya potensi keunggulan menjadi keunggulan yang nyata baik lingkungan fisik maupun sosial-psikologis.
- 4) Guru dan tenaga kependidikan yang menangani harus unggul baik dari segi penguasaan materi pelajaran, metode mengajar, maupun komitmen dalam melaksanakan tugas.
- 5) Kurikulum diperkaya dengan pengembangan dan improvisasi secara maksimal sesuai dengan tuntutan belajar peserta didik yang memiliki kecepatan belajar serta motivasi belajar yang lebih tinggi dibanding dengan siswa seusianya.
- 6) Kurun waktu belajar lebih lama dibandingkan sekolah lain.
- 7) Proses belajar mengajar harus berkualitas dan hasilnya dapat dipertanggungjawabkan baik kepada siswa, lembaga, maupun masyarakat.
- 8) Sekolah tidak hanya memberikan manfaat kepada peserta didik di sekolah tersebut, tetapi harus memiliki resonansi sosial kepada lingkungan sekitarnya.

9) Nilai lebih sekolah unggul terletak pada perlakuan tambahan diluar kurikulum nasional melalui pengembangan kurikulum, program pengayaan dan perluasan, pengajaran remedial, pelayanan bimbingan dan konseling yang berkualitas, pembinaan kreatifitas dan disiplin.<sup>25</sup>

b. Kualitas Pelayanan

Pada industri Jasa, mutlak bahwa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang pelanggan harapkan.<sup>26</sup>

Bentuk layanan yang ada dalam lembaga pendidikan diantaranya:

1) Layanan Pokok

Dalam memenuhi kebutuhan siswa yang berhubungan dengan pelayanan siswa di sekolah, dalam menjalankan tugasnya kepala sekolah dibantu oleh para personil profesional

---

<sup>25</sup> Mustaqim, Sekolah/Madrasah Berkualitas dan Berkarakter, *Jurnal Nadwa*, (Vol. 6 No. 1, tahun 2012), hlm. 143

<sup>26</sup> Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti, *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), hlm. 117

sekolah yang dipekerjakan pada sistem sekolah diantaranya:

- a) Personil pelayanan pengajaran, terdiri dari orang-orang yang bertanggung jawab mengajar, baik guru kelas, guru kegiatan ekstrakurikuler, tutor dan lain-lain.
- b) Personil pelayanan administrasi, mereka yang mengarahkan, memimpin, dan mengawasi personil lain dalam operasi sekolah.
- c) Personil pelayanan fasilitas sekolah, meliputi tenaga di perpustakaan, pusat-pusat sumber belajar dan laboratorium.
- d) Personil pelayanan murid atau siswa, meliputi spesialis yang tanggung jawabnya meliputi bimbingan dan penyuluhan, pemeriksaan psikologis dan kesehatan, dan lain-lain.

## 2) Layanan Bantu

Perubahan dinamika masyarakat yang cepat seperti yang kita alami saat ini, sekolah merupakan pemegang peranan penting, dengan memberikan banyak pelayanan yang diharapkan dari sekolah. antara lain:

- a) Pelayanan perpustakaan.

b) Pelayanan gedung dan halaman sekolah.

c) Pelayanan kesehatan dan keamanan.<sup>27</sup>

c. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu, sehingga membuatnya mengalami tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama dengan produk lain, tetapi ditetapkan pada harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

e. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa (pengorbanannya semakin kecil), cenderung puas terhadap produk atau jasa.<sup>28</sup>

Kualitas pelayanan di dalam pemasaran sudah jelas yaitu rendahnya kualitas akan menempatkan lembaga pendidikan pada kerugian, berdasarkan beberapa definisi

---

<sup>27</sup> Oteng Sutisno, *Administrasi Pendidikan Dasar Teoritis untuk Praktek Profesional*, (Bandung: Angkas, 1986), hlm. 65

<sup>28</sup> Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti, *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), hlm. 117-118

tersebut, dapat disimpulkan bahwa definisi kualitas bersumber dari dua sisi, produsen dan konsumen.

Produsen menentukan persyaratan atau spesifikasi kualitas, sedangkan konsumen menentukan kebutuhan dan keinginan. Pendefinisian akan akurat jika produsen mampu menerjemahkan kabutuhan dan keinginan. Pendefinisian akan akurat jika produsen mampu menerjemahkan kebutuhan dan keinginan atas produk kedalam spesifikasi produk yang dihasilkan.

Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model servqual (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Barry. Servqual adalah metode empirik yang dapat digunakan oleh perusahaan jasa untuk meningkatkan kualitas jasa (pelayanan) mereka. Servqual dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*).<sup>29</sup>

Jika kenyataan sama atau lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas atau memuaskan. Sebaliknya. Jika kenyataannya kurang dari

---

<sup>29</sup> Rambut Lupioadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 181.

yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan tidak berkualitas atau tidak memuaskan. Singkat kata, kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

## 2. Pengertian Jasa

Sejauh ini banyak pakar pemasaran jasa yang telah mendefinisikan pengertian jasa. Berikut adalah beberapa diantaranya:

Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.<sup>30</sup> Jasa bukan barang, tetapi suatu aktifitas yang tidak dapat dirasakan secara fisik dan membutuhkan interaksi antara konsumen dan pemberi jasa.

Jasa pada dasarnya merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu dihasilkan dan memberikan nilai tambah (misalnya, kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah

---

<sup>30</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 2*, (New Jersey: Macana Jaya Cemerlang, 2007), hlm. 42.

yang dihadapi oleh konsumen.<sup>31</sup> Jasa semakin berperan dalam kehidupan manusia, bahkan ada kecenderungan bahwa semakin tinggi tingkat kesejahteraan manusia, maka semakin meningkat pula kebutuhan jasa.

Kepuasan adalah salah satu alasan bagi perusahaan atau institusi mempertahankan keberadaannya. Oleh karena itu pada saat kebutuhan, keinginan dan harapan mereka berubah, pemberi jasa harus melakukan perubahan juga.<sup>32</sup>

Jasa pelayanan sekolah yang berkualitas, diharapkan mampu memberikan kepuasan siswa, dan siswa penerima layanan dapat memberikan evaluasi atas jasa layanan yang diterimanya. Kedua belah pihak mempunyai hubungan timbal balik sehingga masing-masing pihak memperoleh kepuasan yang sama.<sup>33</sup>

### 3. Pengertian Layanan Jasa

Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya manusia berusaha, baik melalui aktivitas sendiri, maupun secara tidaklangsung melalui aktivitas orang lain. Aktivitas adalah

---

<sup>31</sup> Rambat Lupioadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*, ( Jakarta: Salemba Empat, 2014), hlm 7.

<sup>32</sup> Rambat Lupioadi, *Dinamika Bisnis Jasa dan Pentingnya Pemasaran Jasa*, Modul 1, hlm 15.

<sup>33</sup> Nyoman Rinala, dkk., “Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa pada Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali”, *Jurnal* (Vol. 4, tahun 2013), hlm. 3

suatu proses penggunaan akal, pikiran, pancaindera dan anggota badan dengan atau tanpa alat bantu yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan baik dalam bentuk barang maupun jasa. Proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain langsung, inilah yang dinamakan pelayanan.<sup>34</sup>

Mengenai kepuasan sebagai sasaran utama pelayanan, didalamnya terdiri atas 2 komponen besar yaitu komponen layanan dan produk, produk yang dimaksud dalam hubungan dengan pelayanan yaitu kepuasan yang dapat berbentuk barang, jasa, surat-surat berharga.<sup>35</sup> Jadi Layanan Jasa adalah aktivitas yang melibatkan sejumlah interaksi dengan orang lain atau dengan barang-barang miliknya sebagai pemenuhan kebutuhan, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

عن أبي يعلى شَدَّادِ ابنِ أوسِ رضي اللهُ عنه عن  
رسولِ اللهِ صَلَّى اللهُ عليه وسلَّمَ قالَ : إِنَّ اللهَ كَتَبَ  
الإِحْسَانَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ، فَإِذَا قَتَلْتُمْ فَأَحْسِنُوا الْقِتْلَةَ وَإِذَا  
نَبَحْتُمْ فَأَحْسِنُوا الذَّبْحَةَ وَلْيُجِدَّ أَحَدُكُمْ شَفْرَتَهُ وَلْيُرْخِ  
ذَبِيحَتَهُ (رواه مسلم)

Bersumber dari Abu Ya'la Syaddad bin Aus radhiyallahu anhu (ra), dari Rasulullah shallallahu alaihi wa sallam

---

<sup>34</sup> Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), hlm. 16.

<sup>35</sup> Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), hlm. 197.

(saw), beliau bersabda, “Sesungguhnya Allah telah menetapkan kebaikan atas segala sesuatu. Jika kalian membunuh, lakukanlah dengan baik. Dan jika kalian menyembelih, lakukanlah dengan baik. Hendaklah salah seorang kalian mengasah pisaunya dan membuat nyaman binatang sembelihannya. (Diriwayatkan oleh Muslim).<sup>36</sup>

Berbuat baik ialah memberikan jasa atau manfaat berupa apapun dan kepada siapa pun. Hal ini memang bersifat relatif, tergantung orang yang berbuat baik kepada mereka, hak mereka, kedudukan mereka, bentuk kebaikannya itu sendiri, momentumnya, nilaimanfaatnya, iman orang yang bersangkutan, keikhlasannya, dan faktor yang mendorongnya.

Menurut penjelasan dari Syaikh As Si'di, sesungguhnya berbuat baik yang diperintahkan itu ada dua macam:

- a. wajib, yakni adil dan melakukan apa yang harus Anda lakukan terhadap sesama makhluk sesuai dengan hak yang ada pada Anda.
- b. sunnat, yakni tambahan atas hal itu. Contohnya seperti memberikan bantuan tenaga, atau harta, atau bimbingan soal agama, atau kepentingan duniawi lainnya. Setiap kebaikan adalah sedekah. Apapun

---

<sup>36</sup> Imam Nawawi, *Syarah Arba'in Nawawiyah: Petunjuk Rasulullah saw dalam mengarungi kehidupan*, (Jakarta: Akbar Media Eka Sarana, 2012), hlm. 155

yang menghilangkan hal-hal yang tidak mereka sukai juga sedekah.<sup>37</sup>

Menurut hadist yang diriwayatkan oleh Muslim, wajib hukumnya berbuat baik kepada sesama makhluk sesuai hak yang dimiliki makhluk itu, jadi kita harus memberikan pelayanan jasa sesuai dengan hak yang dimiliki konsumen.

#### 4. Karakteristik Jasa yang Mencolok

Produk berupa jasa diperlukan secara berbeda dengan produk berupa barang fisik, sehingga Jasa memiliki empat karakteristik yang mempengaruhi dan memberi tantangan tersendiri bagi pemasaran, Keempat karakteristik tersebut adalah: tidak berwujud (*intangibility*), tidak terpisahkan (*inseparability*), bervariasi (*variability*), dan tidak tahan lama (*perishability*).

##### a. *Intangibility*

Jasa berbeda dengan barang. Jika barang merupakan suatu obyek, alat, atau benda, maka jasa adalah perbuatan, kinerja (*performance*), atau usaha. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa hanya bisa dikonsumsi, tetapi tidak dimiliki. Meskipun sebagian besar jasa dapat berkaitan dan didukung dengan

---

<sup>37</sup> Imam Nawawi, *Syarah Arba'in Nawawiyah: Petunjuk Rasulullah saw dalam mengarungi kehidupan*, (Jakarta: Akbar Media Eka Sarana, 2012), hlm. 156

produk fisik. Esensi dari apa yang dibeli pelanggan adalah kinerja yang diberikan oleh penyedia jasa kepadanya. Jasa bersifat intangible, maksudnya tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.<sup>38</sup>

Pelanggan tidak dapat menilai kualitas jasa sebelum ia merasakannya atau mengkonsumsinya sendiri. Bila pelanggan membeli sebuah jasa, ia hanya menggunakan, memanfaatkan, atau menyewa jasa tersebut. Pelanggan bersangkutan tidak lantas memiliki jasa yang dibelinya.

Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli akan mencari bukti mutu jasa tersebut. Mereka akan menarik kesimpulan mengenai mutu dari tempat, orang-orang, peralatan, bahan komunikasi, simbol, dan harga yang mereka lihat. Karena itu, tugas penyedia jasa tersebut adalah “mengelola bukti tersebut” untuk “mewujudkan sesuatu yang tidak berwujud”.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm 48

<sup>39</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 2* (New Jersey: Macana Jaya Cemerlang, 2007), hlm.45

Pemasar produk ditantang untuk menambah gagasan-gagasan abstrak, pemasar jasa ditantang untuk menambah bukti fisik dan gambaran pada tawaran yang abstrak. Lembaga pendidikan dengan pelayanan jasa dapat berupaya menunjukkan mutu layanan mereka melalui bukti fisik dan presentasi. Pemasar jasa harus mampu mengubah jasa yang tidak berwujud menjadi manfaat yang konkret.

b. *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa dilain pihak, umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Kedua pihak mempengaruhi hasil dari jasa tersebut.<sup>40</sup> Sehingga pelayanan jasa tidak terpisahkan. Dengan demikian, kunci keberhasilan bisnis jasa ada pada proses rekrutmen, kompensasi, pelatihan, dan pengembangan karyawan.

c. *Variability* (bervariasi)

---

<sup>40</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Pemasaran Esensi dan Aplikasi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hlm 197.

Bergantung pada siapa memberikannya serta kapan dan di mana diberikan, jasa sangat bervariasi.<sup>41</sup> jasa bersifat sangat variable karena banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.<sup>42</sup> Para pembeli jasa sangat peduli dengan variabilitas yang tinggi ini dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih.

d. *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa tidak dapat disimpan. Sifat jasa yang mudah rusak tersebut tidak akan menjadi masalah apabila permintaan tetap berjalan lancar.<sup>43</sup> Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Hal ini tidak menjadi masalah apabila permintaannya tetap, karena mudah untuk menyiapkan pelayanan untuk permintaan tersebut sebelumnya. Bila permintaan berfluktuasi, berbagai permasalahan muncul berkaitan dengan kapasitas mengganggu (saat permintaan sepi) dan pelanggan

---

<sup>41</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 2* (New Jersey: Macana Jaya Cemerlang, 2007), hlm.45.

<sup>42</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Pemasaran Esensi dan Aplikasi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hlm 197.

<sup>43</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 2*, (New Jersey: Macana Jaya Cemerlang, 2007), hlm.45.

tidak terlayani dengan resiko mereka kecewa atau beralih kepenyedia jasa lainnya.<sup>44</sup>

Kualitas jasa merupakan suatu pembahasan yang sangat kompleks karena penilaian kualitas jasa berbeda dengan penilaian terhadap kualitas produk, terutama karena sifatnya yang tidak nyata (*intangible*) dan produksi serta konsumsi berjalan secara simultan. Di samping perbedaan karakteristik ini, dalam penilaian kualitas jasa, konsumen terlibat secara langsung serta ikut di dalam proses jasa tersebut, sehingga yang dimaksud dengan kualitas jasa adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa yang dikonsumsi atau yang dirasakannya. Melalui penilaian pasar, setiap penyedia jasa harus dapat menentukan apa yang menjadi kebutuhan atau keinginan utama konsumen.<sup>45</sup>

Jasa berbeda pengertiannya dengan barang. Jika barang merupakan suatu objek, alat atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (*performance*) atau usaha. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa-jasa dapat dikonsumsi, tetapi tidak dapat dimiliki. Meskipun sebagian besar jasa dapat berkaitan dan didukung oleh produk fisik.

---

<sup>44</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Pemasaran Esensi dan Aplikasi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hlm 197.

<sup>45</sup> Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 48

Manajer jasa harus dapat memahami karakteristik dari jasa yang bersifat tidak nyata (*intangible*), Karena jasa tidak teraba pelanggan tidak dapat mengambil contoh seperti mencicipi, merasakan, melihat, mendengar atau mencium sebelum pelanggan membelinya. Oleh karena itu dalam memasarkannya harus menonjolkan manfaat yang diperoleh dari jasa itu daripada menonjolkan jasa itu sendiri.<sup>46</sup>

Tugas penyedia jasa dalam menghadapi sifat jasa yang tidak dapat dilihat (*intangible*) adalah “mengelola bukti” dan memberikan bukti-bukti fisik sebagai perbandingan pada penawaran abstraknya. Pelanggan lebih menilai kualitas jasa dari tempat dan suasana lingkungan (*place*), keterampilan dan keramahan orang (*personnel*), tersedianya peralatan untuk mendukung proses jasa (*equipment*), alat-alat komunikasi (*communication material*), simbol dan harga (*price*) yang mereka amati, yang kesesuaiannya ini dibungkus dalam suatu paket jasa (*service package*).

5. Lima Gap yang Berpotensi Menyebabkan Kegagalan Penyampaian Jasa
  - a. Gap antara ekspektasi konsumen dan persepsi manajemen.

---

<sup>46</sup> M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), hlm. 117

Dalam praktik, pihak manajemen sebuah lembaga pendidikan tidak selalu dapat merasakan atau memahami apa yang diinginkan pelanggan secara akurat. Akibatnya, manajemen tidak mengetahui bagaimana suatu jasa seharusnya didesain, dan jasa-jasa pendukung apa saja yang diinginkan konsumen.<sup>47</sup>

Pihak penyedia jasa perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen (dari sudut pandang konsumen) sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Menjalin hubungan dan melakukan penelitian terhadap mereka perlu dilakukan, agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini yang disebut fokus atau orientasi pada pelanggan.<sup>48</sup>

- b. Gap antara persepsi manajemen terhadap ekspektasi konsumen dan spesifikasi kualitas jasa.

Ada kalanya manajemen mampu memahami secara akurat apa yang diinginkan oleh pelanggan, tetapi mereka tidak menyusun standar kinerja spesifik yang jelas. Hal ini bisa dikarenakan tiga faktor, yaitu

---

<sup>47</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 271

<sup>48</sup> Azis Slamet Wiyono, "Studi Tentang Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen di Rumah Sakit Islam Manisrenggo Klaten", *Tesis* (Surakarta: Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2006), hlm. 7

tidak adanya komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa, kekurangan sumber daya, atau karena adanya kelebihan permintaan.<sup>49</sup>

- c. Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.

Ada beberapa penyebab terjadinya gap ini misalnya karyawan kurang terlatih (belum menguasai tugasnya), beban kerja melampaui batas, tidak dapat memenuhi standar kinerja, atau bahkan tidak mau memenuhi standar kinerja yang ditetapkan. Selain itu, mungkin pula karyawan dihadapkan pada standar-standar yang kadangkala saling bertentangan satu sama lain.<sup>50</sup>

- d. Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.

Seringkali ekspektasi pelanggan dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh lembaga pendidikan. Resiko yang dihadapi lembaga

---

<sup>49</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 274

<sup>50</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 276

pendidikan adalah apabila janji yang diberikan ternyata tidak dapat dipenuhi.<sup>51</sup>

- e. Gap antara jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan.

Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja atau prestasi lembaga pendidikan dengan cara yang berlainan, atau bisa juga keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut.<sup>52</sup>

## 6. Kepuasan Konsumen

Kotler mendefinisikan, *Satisfaction is a person's feelings of pleasure of disappointment resulting from comparing a product's perceived performace (or outcome) in relation to his or her expectations.*<sup>53</sup> Kepuasan diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kenyataan yang dialami terhadap harapan mereka.

Jika harapan konsumen terhadap kinerja sebelum membeli lebih kecil dari kinerja yang diterima setelah membeli, maka konsumen mengalami kepuasan. Tetapi,

---

<sup>51</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 278

<sup>52</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 279

<sup>53</sup> Philip Kotler, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementatio and Control*, (New Jersey: Prentice- Hall Inc, 1997), Ninth Edition, hlm 40.

jika harapan konsumen terhadap kinerja sebelum membeli lebih besar dari kinerja yang diterima setelah membeli, maka konsumen tidak puas.

*Delight has a positive effect on loyalty, parallel to that of satisfaction.*<sup>54</sup> Kegembiraan memiliki efek positif pada kesetiaan, sejajar dengan kepuasan.

*Dissatisfaction with the final product or service of an organization is called trouble with quality.*<sup>55</sup> Ketidakpuasan terhadap suatu produk atau layanan suatu organisasi atau lembaga dapat menyebabkan masalah dengan kualitas produk atau layanan tersebut.

Kepuasan pelanggan sebagai evaluasi purna beli, dimana persepsi terhadap kinerja produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian.<sup>56</sup> Artinya apabila persepsi terhadap kinerja atau pelayanan jasa dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, maka yang terjadi adalah kepuasan terhadap jasa yang ditawarkan.

---

<sup>54</sup> Dennis C. Ahrholdt, et.al, “ *Enhancing Loyalty: When Improving Consumer Satisfaction and Delight Matters*”, *Journal* (Hamburg: Hamburg University of Technology, 2018), hlm. 1

<sup>55</sup> Philip B Crosby, *Quality Without Tears*, (Singapore: McGraw Hill, 1986), hlm. 1

<sup>56</sup> Husain Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hlm. 14.

Pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Produk atau jasa yang dihasilkan tidak akan bertahan lama dipasaran bilamana tidak dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.<sup>57</sup>

Dari beberapa pengertian kepuasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang sebagai hasil perbandingan antara kinerja yang telah diterima atau sesuatu yang telah dialami dengan harapan mereka.

Kepuasan konsumen adalah konsep yang paling menentukan dalam pemikiran pemasaran dan riset konsumen. Secara teori, konsumen yang merasa puas dengan produk, jasa atau merek, kemungkinan besar akan terus membelinya dan memberitahukan kepada yang lain perihal pengalaman-pengalaman menyenangkan yang dirasakannya dengan produk, jasa atau merek tersebut. Bila tidak puas, kemungkinan besar konsumen akan berganti

---

<sup>57</sup> Zulkarnain, *Ilmu Menjual: Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 120

produk atau merek dan mengadukan keluhan kepada produsen barang, pengeceran, dan konsumen lain.<sup>58</sup>

Mempertahankan pelanggan jauh lebih murah biayanya dibandingkan dengan mencari pelanggan baru, artinya dalam hal mempertahankan bukan pekerjaan mudah dan dapat diabaikan begitu saja melainkan menyangkut kelangsungan dan kontinuitas perusahaan dalam jangka panjang. pelanggan memiliki peran penting dan mendapat perhatian bagi setiap perusahaan.<sup>59</sup>

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Cara untuk mempertahankan konsumen adalah memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen. Sebaliknya kualitas pelayanan yang buruk akan menurunkan kepuasan

---

<sup>58</sup> J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran: Cnsumer Behavior & Marketing Strategy*, (Jakarta: Salemba Empat, 2016), hlm. 184

<sup>59</sup> Zulkarnain, *Ilmu Menjual: Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 115

konsumen. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen<sup>60</sup>

Untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memelihara dan meningkatkan kepuasannya. Pelanggan yang puas akan memiliki kesetiaan yang lebih lama, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk atau manfaat baru, membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produk-produknya, memberi perhatian lebih sedikit kepada merek-merek lain, serta menawarkan gagasan atau masukan yang konstruktif kepada perusahaan.<sup>61</sup>

a. Pengertian kepuasan konsumen di MTs

Kepuasan konsumen di MTs adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang sebagai hasil perbandingan antara kinerja yang telah diterima atau sesuatu yang telah dialami dengan harapan mereka pada pendidikan formal di Indonesia yang setara dengan sekolah menengah pertama, yang pengelolaannya dilakukan oleh Departemen Agama.

b. Subjek pelaku kepuasan sebagai konsumen di MTs

---

<sup>60</sup> Rendy Gulla, et.al, “*Analysis of Price, Promotion, and Service Quality to Consumer Satisfaction on Manado Grace In Hotel*”, *Jurnal EMBA*, (Vol. 3 No. 1, tahun 2015), hlm. 1321

<sup>61</sup> Zulkarnain, *Ilmu Menjual: Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 133

Pendidikan merupakan jasa. Dalam suatu lembaga pendidikan terdapat gabungan beberapa kelompok pelanggan diantara salah satunya adalah pelanggan eksternal pertama yaitu pelajar.<sup>62</sup>

Peserta didik, siswa atau pelajar adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu<sup>63</sup>

#### 7. Pendidikan Madrasah Tsanawiyah dan Karakteristiknya

Madrasah Tsanawiyah ialah lembaga pendidikan yang memberikan pengajaran dan pendidikan tingkat menengah pertama dan menjadikan mata pelajaran Agama Islam sebagai mata pelajaran dasar yang sekurang-kurangnya 30% disamping mata pelajaran umum.<sup>64</sup>

Madrasah tsanawiyah ialah madrasah yang menerima murid-murid tamatan madrasah ibtidaiyah atau sederajat dengan itu, serta memberi pendidikan dalam ilmu

---

<sup>62</sup> Edward Sallis, *Total Quality Management in Education, Manajemen Mutu Terpadu Pendidikan*, (Jogjakarta: IRCiSoD, 2012), hlm.70.

<sup>63</sup> Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional

<sup>64</sup> Nur Uhbiyati, *Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan Islam*, (Semarang: Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang, 2002), hlm. 275

pengetahuan agama Islam sebagai pokok, lama pendidikan 3 tahun.<sup>65</sup>

Jadi madrashtasanawiyah adalah lembaga pendidikan yang memberikan pengajaran dan pendidikan kepada murid-murid tamatan madrasah ibtidaiyah atau sederajat dan menjadikan mata pelajaran Agama Islam sebagai mata pelajaran dasar yang sekurang-kurangnya 30% disamping mata pelajaran umum dengan lama pendidikannya 3 tahun.

Empat karakteristik madrasah yang dapat diidentifikasi, sebagai berikut:

- a. Madrasah milik masyarakat (*Community Based Education*).

Madrasah berkembang dari masyarakat dan untuk masyarakat. Oleh karena itu, dari segi kuantitas berkembang sangat pesat, meskipun dari segi kualitas perkembangannya sangat lambat.

- b. Madrasah sebagai manajemen berbasis sekolah (*School Based Management*).

Keragaman dan kebebasan tidak tergantung kepada pusat dan birokrasi menjadikan madrasah banyak yang bergengsi. Konsep school based management dan community based education

---

<sup>65</sup> Fatah Syukur, *Manajemen Madrasah Berbasis Pesantren (Study di Madrasah Raudlatul Ulum Guyangan Pati)*, (Semarang: IAIN Walisongo Semarang, 2008), hlm 46

merupakan kenyataan tuntutan untuk memunculkan kembali kemandirian dan otonomi sekolah. Kedua hal tersebut selama ini dalam perkembangannya hilang, terhapus oleh konsep sentralisasi dan penyeragaman.

c. Madrasah sebagai lembaga tafaqqohu fi al-din

Agar peserta didik mempelajari dan menularkan kepada orang lain pemahaman agama baik secara formal ataupun secara fungsional. Karena itu madrasah tidak terpisahkan dengan dakwah, hanya lebih dominan pendidikan.

d. Madrasah sebagai lembaga kaderisasi dan mobilitas umat Islam.

Dari proses pendidikan di madrasah terbentuk pribadi muslim yang saleh dengan penguasaan ilmu agama secara luas, konsisten dan mendalam.<sup>66</sup>

8. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Paling tidak ada empat metode yang banyak dipergunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan.

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi jasa yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-

---

<sup>66</sup> Abdul Rahman Halim, Aktualisasi Implementasi Kebijakan Pendidikan pada Madrasah Swasta di Sulawesi Selatan, *Jurnal*, (Vol. 11 No. , tahun 2008), hlm. 84

luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah di akses atau sering dilalui pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang dikirim via pos kepada lembaga pendidikan), saluran telepon khusus bebas pulsa, website, facebook, twitter dll. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada lembaga pendidikan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. Akan tetapi, karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan.<sup>67</sup>

Upaya mendapatkan saran yang bagus dari pelanggan sulit diwujudkan dengan keluhan dan saran ini. Apalagi jika lembaga pendidikan tidak memberikan imbal balik dan tindak lanjut yang memadai kepada mereka.

b. *Ghost Shopper* (Pembeli bayangan)

---

<sup>67</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diani, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 369.

Lembaga pendidikan mempekerjakan orang sebagai pembeli ke pesaing untuk menilai pelayanan yang diberikan pesaing tersebut.<sup>68</sup> Mereka diminta melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalamannya mengenai kekuatan dan kelemahan jasa pesaing. Selain itu, para gosht shoppers juga dapat mengobservasi cara pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menangani setiap keluhan pelanggan.

c. *Lost Customer Analysis*

Lembaga pendidikan seharusnya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok, agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya exit interview saja yang perlu, tetapi pemantauan customer loss rate juga penting. Dimana peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya. Hanya saja kesulitan menerapkan metode ini adalah pada mengidentifikasi dan mengkontak mantan pelanggan yang bersedia

---

<sup>68</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasara: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm 577.

memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja pelayanan jasa.<sup>69</sup>

d. Survey Kepuasan Pelanggan

Umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survey, baik via pos, telepon, e-mail, maupun wawancara langsung. Melalui survey, lembaga pendidikan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.<sup>70</sup> Survey kepuasan pelanggan adalah alat untuk mencari tahu bagaimana pelanggan melihat bisnis dan pelayanan yang ditawarkan.<sup>71</sup>

Metode survei merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan. Model survei kepuasan pelanggan dapat dilakukan pengukuran. Pengukuran dapat dilakukan

---

<sup>69</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 369.

<sup>70</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 369.

<sup>71</sup> Ivonne Wood, *Layanan Pelanggan: Cara Praktis, Murah, dan Inspiratif Memuaskan Pelanggan Anda*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 39

secara langsung pada skala sangat puas, tidak puas, netral dan puas (*directly reported satisfaction*).<sup>72</sup>

#### 9. Pengaruh Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen

Dalam proses produksi jasa, mulai dari saat kehadiran konsumen sampai dengan selesainya proses tersebut, konsumen terlibat secara terus-menerus, sehingga suasana dan fasilitas yang digunakan dalam proses jasa tersebut sangat mempengaruhi nilai persepsi konsumen terhadap kualitas jasa yang dijual.<sup>73</sup>

Tingkat kekhasan suatu jasa akan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mengendalikan kualitas jasa yang disampaikan sebagai dasar untuk mendapatkan penilaian positif konsumen terhadap jasa yang dirasakannya. Kualitas jasa dapat diukur dari kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya, sehingga konsumen puas.<sup>74</sup>

Kesan konsumen tentang kualitas jasa didasarkan kepada keseluruhan dari pengalamannya pada saat mengkonsumsi jasa tersebut, yang berarti tidak hanya berbentuk jasa eksplisit, tetapi juga jasa implisit, sehingga

---

<sup>72</sup> Sholikhah, "Pengaruh Persepsi Siswa Tentang Kualitas Layanan Sekolah terhadap Kepuasan Siswa", *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, (Vol. 5 No. 2, tahun 2009), hlm. 161

<sup>73</sup> Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm 22

<sup>74</sup> Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 29

perhatian terhadap perilaku dan pelatihan-pelatihan yang diberikan kepada karyawan menjadi sesuatu yang sangat utama untuk meyakinkan bahwa konsumen akan dipuaskan setelah mengkonsumsi jasa tersebut (*implicit services*)<sup>75</sup>

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Sebaliknya jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.<sup>76</sup> Yang dimaksud kepuasan konsumen terhadap suatu jasa adalah perbandingan antara persepsinya terhadap jasa yang diterima dengan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut.

Dalam penilaian kualitas jasa, konsumen terlibat secara langsung serta ikut di dalam proses jasa tersebut, seperti keberhasilan seorang siswa dalam pendidikan

---

<sup>75</sup> Farida Jafar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 42

<sup>76</sup> Puspo Dwi Dirgantari, "Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Pendidikan terhadap Kepuasan Mahasiswa serta Dampaknya terhadap Upaya Peningkatan Citra Perguruan Tinggi Negeri Menuju World Class University", *Jurnal*, (Bandung: ITB, UNPAD dan UPI, 2011), hlm. 7

ternyata banyak ditentukan oleh usaha dan keterlibatan siswa secara aktif dalam proses belajar. Sehingga yang dimaksud dengan kualitas jasa adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa yang dikonsumsi atau yang dirasakannya.

*The result has caused institutions of higher education to engage in more competitive educational practices that are based on quality assessment.*<sup>77</sup> Sebagai contoh di lembaga-lembaga pendidikan tinggi untuk terlibat lebih dalam praktik pendidikan yang didasarkan pada penilaian kualitas.

Didalam teori mengenai mengenai manajemen jasa, penilaian ini disebut sebagai *consumer perceived service quality* yang mencakup beberapa dimensi. Melalui penilaian pasar, setiap penyedia jasa harus dapat menentukan apa yang menjadi kebutuhan atau keinginan utama konsumen. Dimensi kualitas jasa sangat berhubungan dengan apa yang diinginkan konsumen.<sup>78</sup>

Kualitas jasa hanya dapat diukur kalau dapat diketahui apa saja hal-hal yang melengkapi jasa, itulah

---

<sup>77</sup> Johan de Jager and Gbolahan Gbadamosi, “*Predicting Students’ Satisfaction Through Service Quality in Higher Education*”, *Journal* (Bournemouth: Bournemouth University, 2013), hlm. 1

<sup>78</sup> Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 47

yang disebut dimensi kualitas.<sup>79</sup> Dalam salah satu study mengenai Servqual oleh Parasuraman dkk. yang melibatkan 800 pelanggan (yang terbagi dalam empat perusahaan) berusia 25 tahun keatas,<sup>80</sup> *In their original formulation Parasuraman identified ten components of SQ:*

- a. *Reliability*
- b. *Responsiveness*
- c. *Competence*
- d. *Access*
- e. *Courtesy*
- f. *Communication*
- g. *Credibility*
- h. *Security*
- i. *Understanding/ knowing the customer*
- j. *Tangibles*

*In their 1988 work these components were collapsed into five dimensions: reliability, assurance, tangibles, empathy, responsiveness. Reliability, tangibles and resposiveness remained distinct, but the remaining seven components collapsed into two aggregate*

---

<sup>79</sup> Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 50

<sup>80</sup> Rambat Lupioadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014). Hlm 216

*dimensions, assurance and empathy.*<sup>81</sup> Dalam formulasi asli Parasuraman mengidentifikasi sepuluh komponen servqual yaitu keandalan, responsif, kompetensi, akses, kesopaan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, memahami atau mengetahui pelanggan, bukti fisik. Dalam karya mereka 1988 komponen dikelompokkan menjadi lima dimensi: keandalan, jaminan, bukti fisik, empati, daya tanggap. Keandalan, bukti fisik dan daya tanggap tetap berbeda, tetapi tujuh komponen sisanya runtuh menjadi dua dimensi agregat, jaminan dan empati. Disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi servqual untuk mengevaluasi kualitas pelayanan sebagai berikut:

a. *Tangible* (Berwujud)

Tangible (penampilan unsur fisik) yaitu kemampuan suatu lembaga pendidikan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik lembaga pendidikan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.<sup>82</sup>

---

<sup>81</sup> Francis Buttle, *SERVQUAL: Review, Critique, Research Agenda, European Journal of Marketing* 30,1 (Vol. 30 No.1,tahun 1996), hlm. 9

<sup>82</sup> Rambat Lupioadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014). Hlm 216

Penampilan dan sarana prasarana fisik lembaga pendidikan yang dapat diandalkan dan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. hal ini meliputi fasilitas fisik, sarana komunikasi, perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.<sup>83</sup>

b. *Reliability* (keandalan)

Reliabilitas yaitu kemampuan lembaga pendidikan untuk melaksanakan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu, akurat dan memuaskan.<sup>84</sup> Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpati, dan dengan akurat dan memuaskan. Komponen dari dimensi kehandalan ini terdiri dari pengetahuan yang dimiliki guru untuk melakukan pelayanan pendidikan secara cepat, tepat, akurat dan memuaskan.

---

<sup>83</sup> Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima: Mencegah Pembelotan dan Membangun Customer Loyalty*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), Ed. 1, Cet. ke-2, hlm. 173

<sup>84</sup> Rambut Lupioadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 182

Dibandingkan dengan dimensi kualitas pelayanan lainnya yaitu wujud fisik, daya tanggap, jaminan, kepastian, serta empati, dimensi keandalan sering dipersepsikan menjadi yang paling penting bagi pelanggan dari beragam industri jasa. Karena apabila konsumen merasakan bahwa keandalan suatu penyedia jasa sangat sesuai dengan harapan, maka mereka akan bersedia mengeluarkan biaya tambahan agar penyedia jasa melaksanakan transaksi seperti yang dijanjikan.<sup>85</sup>

Allah sangat menganjurkan setiap umatnya untuk selalu menepati janji yang telah ditetapkan seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 91.

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا

الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ

عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾

---

<sup>85</sup> Imroatul Khasanah dan Octarina Dina Pertiwi, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen RS St. Elisabeth Semarang”, *Jurnal*, (Vol. 12 No. 2, tahun 2010), hlm. 119

Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpah itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.

Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap manusia diwajibkan menepati janji yang telah ditetapkan, demikian juga dengan pelayanan jasa di lembaga pendidikan baik janji yang ditetapkan secara langsung maupun janji-janji dalam bentuk promosi, semuanya harus ditepati sesuai yang dijanjikan. Penawaran ketika promosi yang tidak sesuai kenyataan berarti telah mengingkari janji dan hal ini akan merusak kepercayaan serta merugikan konsumen.

c. *Responsiveness* (ketanggapan)

*Responsiveness is the willingness to help customers and to provide prompt service*<sup>86</sup>

*Responsiveness* yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan

---

<sup>86</sup> Philip Kotler, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementatio and Control*, (New Jersey: Prentice- Hall Inc, 1997), Ninth Edition, hlm 478

penyampaian informasi yang jelas. kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memeberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.<sup>87</sup> Tidak Membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negative yang tidak seharusnya terjadi. Kecuali apabila kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi sesuatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan.

d. *Assurance* (Jaminan)

*Assurance* yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan guru serta karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada lembaga pendidikan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain ramah, komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). Sifat dapat dipercaya dari kontak personel untuk menghilangkan sifat keraguan-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko.<sup>88</sup> Lembaga pendidikan membangun

---

<sup>87</sup> Rambat Lupioadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014). Hlm 216

<sup>88</sup> Rambat Lupioadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014). Hlm 216

kepercayaan dan kesetiaan pelanggan melalui guru dan karyawan yang terlibat langsung dengan siswa.

e. Empathy (Empati).

*Empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka. Hal ini mengharuskan bahwa suatu lembaga pendidikan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.<sup>89</sup>

Meskipun banyak sekali pendapat yang dikemukakan mengenai dimensi kualitas jasa, pendapat yang paling sering digunakan dalam penilaian jasa adalah yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988). Konsumen akan menggunakan kelima dimensi kualitas untuk membentuk penilaiannya terhadap kualitas jasa yang merupakan dasar untuk membandingkan harapan dan persepsi terhadap jasa.

Untuk menerapkan lima dimensi kualitas jasa seperti yang dikemukakan Parasuraman dan kawan-kawan ke dalam berbagai jenis usaha jasa, dibutuhkan definisi

---

<sup>89</sup> Rambat Lupioadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014). Hlm 216

spesifik yang secara operasional dapat diterapkan di masing-masing jenis industri jasa tersebut.<sup>90</sup> Misalnya, definisi *reliability* pada jasa asuransi, begitu juga halnya dengan bagaimana daya tanggap (*responsiveness*) konsumen terhadap kualitas jasa bengkel, akan berbeda dengan konsumen pada jasa hotel.

## **B. Kajian Pustaka**

1. Aniek Indrawati, 2011. Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil temuan dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa secara persial dan simultan dimensi kualitas layanan jasa (keandalan, bukti langsung, daya tanggap, jaminan dan empati) yang diberikan oleh Lembaga Pendidikan Mental Aritmetika di Kota Malang berpengaruh positif dan signifikan. Penelitian ini juga menghasilkan temuan bahwa Lembaga Pendidikan Mental Aritmetika di Kota Malang belum sepenuhnya memuaskan konsumen, karena nilai harapan konsumen masih lebih tinggi dibandingkan dengan kinerja yang ditunjukkan oleh lembaga-lembaga tersebut. Populasi penelitian ini adalah orang tua dari siswa yang mengikuti

---

<sup>90</sup> Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm 51

program pendidikan mental aritmetika pada Lembaga Pendidikan Mental Aritmetika di Kota Malang. Hal ini disebabkan karena peserta didik lembaga pendidikan ini adalah anak-anak yang berusia 4 sampai 12 tahun.<sup>91</sup>

2. Purnama Sari dan Bahrum Jamil, 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Perpustakaan Kota Medan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kualitas pelayanan di perpustakaan kota Medan sangat baik karena pegawai perpustakaan sudah memenuhi harapan dari anggota baik dari pelayanan yang diberikan pegawai kepada anggota dan sarana prasarana yang memadai. Anggota merasa puas karena pegawai sudah melakukan pelayanan yang maksimal untuk melayani para pengguna perpustakaan, baik mengenai jawaban yang diberikan oleh pegawai, maupun dari keramahan pegawai perpustakaan yang dianggap anggota sudah maksimal. Kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota.<sup>92</sup>

---

<sup>91</sup> Aniek Indrawati, “Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan terhadap Kepuasan Konsumen”, *Jurnal Ekonomi Bisnis* (Malang: Universitas Negeri Malang, tahun 2011), hlm. 5

<sup>92</sup> Purnama Sari dan Bahrum Jamil, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Perpustakaan Kota Medan”, *Jurnal Administrasi Publik*, (4 (1), tahun 2016), hlm. 14

3. Dudung Juhana dan Ali Mulyawan, 2015. Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Mahasiswa di STMIK Mardira Indonesia Bandung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap dan kepastian terhadap kepuasan mahasiswa menunjukkan hasil yang sudah baik kecuali empati. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jika pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap dan kepastian ditingkatkan kepuasan mahasiswa akan meningkat pula. Variabel bebas dari penelitian ini adalah bukti fisik, empati, kehandalan, daya tanggap, dan kepastian. Teknik analisis data menggunakan regresi linier multiple.<sup>93</sup>

Dari kajian pustaka diatas membuktikan bahwa penelitian yang akan dilakukan penulis berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penentuan waktu dan tempat penelitian yang diteliti berbeda.

Kesamaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan datang adalah menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Kesamaan lain dengan penelitian Purnama Sari dan Bahrum Jamil

---

<sup>93</sup> Dudung Juhana dan Ali Mulyawan, "Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Mahasiswa di STMIK Mardira Indonesia Bandung", *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, (Vol. 9, No. 1, tahun 2015), hlm. 8

adalah teknik analisis data menggunakan analisis regresi sederhana.

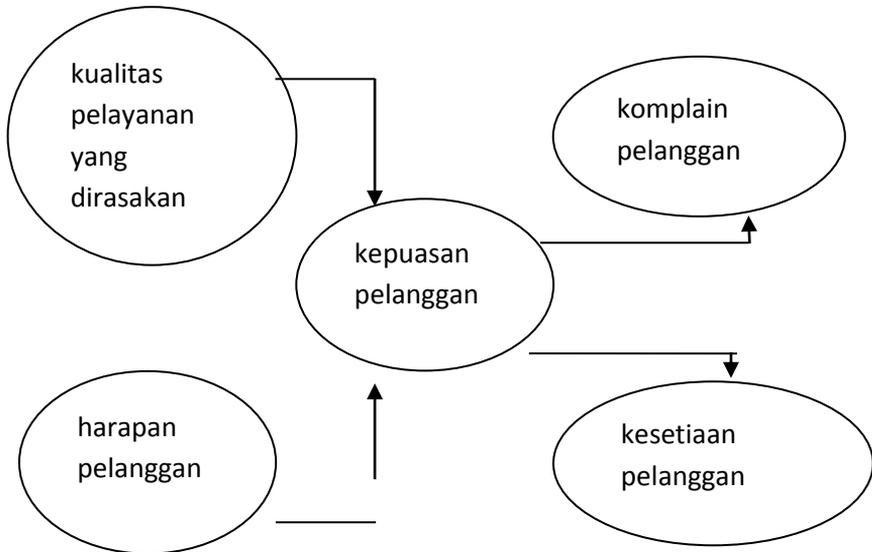
### **C. Kerangka Berpikir/ Rumusan Hipotesis**

#### **1. Kerangka Berpikir**

Sebuah pedidikan dianggap berhasil apabila dapat memuaskan kebutuhan konsumennya dalam segi pelayanan, sebab kepuasan dan ketidakpuasan konsumen dalam pelayanan akan mempengaruhi perilaku dari pembeli selanjutnya.

Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan. Dengan demikian. Jika pelanggan merasakan bahwa kualitas dari pelayanan melebihi kebutuhan, keinginan dan harapan mereka, maka kepuasan pelanggan akan menjadi tinggi. sedangkan apabila pelanggan merasakan bahwa kualitas dari pelayanan lebih rendah atau lebih kecil dari kebutuhan, keinginan dan harapan mereka, maka kepuasan pelanggan akan menjadi lebih rendah.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas yang dirasakan dan harapan pelanggan yang akan berpengaruh negatif pada komplain pelanggan dan berpengaruh positif pada kesetiaan pelanggan.



## 2. Hipotesis

Arti kata hipotesis terdiri dari dua penggalan kata, yaitu hypo dan thesis. hypo artinya dibawah, lemah, atau kurang, sedangkan thesis artinya proposisi atau pernyataan suatu kebenaran yang disajikan sebagai bukti. jadi hipotesis adalah pernyataan bersifat tafsiran, terkaan atau prediksi dari hubungan antarvariabel yang diterima secara sementara sebagai suatu kebenaran.<sup>94</sup>

---

<sup>94</sup> Sofar Silaen dan Widiono, *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: in media, 2013), hlm. 58

Adapun hipotesis yang peneliti ajukan adalah sebagai berikut: “Kualitas layanan jasa berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di MTs Negeri 1 Kendal.” dengan kata lain semakin baik tingkat kualitas layanan jasa, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen” termasuk jenis penelitian lapangan dan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. penelitian lapangan adalah penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari subyek yang diteliti serta interaksinya dengan lingkungan.<sup>95</sup> penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif maksudnya adalah penelitian yang datanya dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan menggunakan teknik statistik.<sup>96</sup>

##### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

---

<sup>95</sup> Etta Mamang Sangadjidan Sopiah, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Ofset, 2010), hlm. 21

<sup>96</sup> Etta Mamang Sangadjidan Sopiah, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Ofset, 2010), hlm. 26

1. Profil Singkat MTs Negeri 1 Kendal.

Tempat penelitian berlokasi di MTs Negeri 1 Kendal di Jl. Raya Soekarno Hatta Brangsong, Kelurahan Brangsong, Kecamatan Brangsong, Kabupaten Kendal, Provinsi Jawa Tengah.

2. Alasan pemilihan tempat penelitian tersebut.

Penelitian dilakukan di MTs Negeri 1 Kendal karena siswa yang mendaftar di MTs Negeri 1 Kendal sangat banyak yaitu hampir 11 rombel, tetapi siswa yang tidak diterima di MTs Negeri 1 Kendal juga banyak yaitu satu rombel lebih. Hal tersebut terjadi karena setiap kelas atau rombel dibatasi maksimal 32 siswa. Dapat dilihat dari profilnya, bahwa MTs Negeri 1 Kendal sudah terakreditasi A serta siap bersaing dan menjadi model bagi madrasah-madrasah yang lain.

3. Jangka waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan tanggal 26 Mei 2019 sampai dengan 29 Juni 2019.

### **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

1. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari

dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>97</sup> populasi yang menjadi dasar pengambilan sampel pada penelitian adalah siswa MTs Negeri 1 Kendal tahun ajaran 2018/2019 saat ini, yaitu kelas VII yang berjumlah 315, dan kelas VIII yang berjumlah 329. Jadi total populasi berjumlah 644.

2. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel yaitu bagian dari jumlah seluruh populasi yang ada, tetapi kesimpulannya berlaku kepada seluruh populasi.<sup>98</sup>

*Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsure atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik sampel ini meliputi: *simple random sampling, proportionate stratified random sampling, disproportionate stratified random, sampling area (cluster) sampling (sampling menurut daerah)*.<sup>99</sup>

Cara yang ditempuh untuk menenentukan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *Simple random sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang

---

<sup>97</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm 61

<sup>98</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm 62

<sup>99</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 63

ada dalam populasi itu.<sup>100</sup> dalam hal ini pemberian sampel kepada siswa secara acak dengan cara diundi.

Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel berdasarkan rumus yang dikembangkan oleh *Isaac* dan *Michael* sebagai berikut:

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan:

S = Jumlah Sampel

$\lambda^2$  = Chi Kuadrat yang harganya tergantung

derajat kebebasan dan tingkat kesalahan.

Untuk derajat kebebasan dan kesalahan

5% harga Chi kuadrat = 3,841. Harga Chi

kuadrat untuk kesalahan 1% = 6,634 dan

10%=2,706.

N = Jumlah Populasi

P = Peluang benar (0,5)

---

<sup>100</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 64

Q = Peluang salah (0,5)

d = Perbedaan antara rata-rata sampel dengan rata-rata populasi. Perbedaan bisa 0,01 ; 0,05 dan 0,10<sup>101</sup>

$$\begin{aligned} s &= \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q} \\ &= \frac{3,841 (644) 0,5 0,5}{0,05^2(644-1)+(3,81)0,5 0,5} \\ &= \frac{618,401}{0,0025 (643)+0,96025} \\ &= \frac{618,401}{1,6075+0,96025} \\ &= \frac{618,401}{2,56775} \\ &= 240,83 \text{ dibulatkan menjadi } 241 \end{aligned}$$

Jumlah sampel tiap kelas dapat diambil dengan cara sebagai berikut:

Kelas 7A jumlah siswa  $32 = \frac{32}{644} \times 241 = 11,9$   
dibulatkan 12

Kelas 7B jumlah siswa  $32 = 12$

Kelas 7C jumlah siswa  $30 = 11$

Kelas 7D jumlah siswa  $32 = 12$

---

<sup>101</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm 69

Kelas 7E jumlah siswa 31 = 12

Kelas 7F jumlah siswa 32 = 12

Kelas 7G jumlah siswa 32 = 12

Kelas 7H jumlah siswa 32 = 12

Kelas 7I jumlah siswa 32 = 12

Kelas 7J jumlah siswa 30 = 11

Kelas 8A jumlah siswa 33 = 12

Kelas 8B jumlah siswa 34 = 13

Kelas 8C jumlah siswa 33 = 12

Kelas 8D jumlah siswa 33 = 12

Kelas 8E jumlah siswa 34 = 13

Kelas 8F jumlah siswa 34 = 13

Kelas 8G jumlah siswa 32 = 12

Kelas 8H jumlah siswa 33 = 12

Kelas 8I jumlah siswa 32 = 12

Kelas 8J jumlah siswa 31 = 12

Jadi sampel yang akan digunakan pada penelitian sebanyak 241 responden dari populasi yang berada di MTs Negeri 1 Kendal.

#### **D. Variabel dan Indikator Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>102</sup> penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

1. Variabel Dependen: sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>103</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi variabel depeden adalah: kepuasan konsumen (Y) dengan indikator:
  - a. Kualitas produk.
  - b. Kualitas pelayanan.
  - c. Emosional.
  - d. Harga.

---

<sup>102</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 39

<sup>103</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 40

- e. Biaya.
2. Variabel Independen: variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>104</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas Variabel independen dalam peneltia ini adalah kualitas layanan jasa (X) dengan indikator:
- a. *Tangible*
  - b. *Reliability*
  - c. *Responsiveness*
  - d. *Assurance*
  - e. *Emphaty*

**Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator Penelitian**

Variabel	Indikator	Sub Idikator	No.So al
Kualitas layanan karyawan dan guru. (X)	<i>Tangible</i> (Berwujud)	1. Penampilan fasilitas fisik 2. Peralatan yang memadai	4, 9, 19
	<i>Reliability</i>	1. Pelayanan	1, 5,

<sup>104</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 39

	(keandalan)	<p>sesuai janji</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Pelayanan cepat/ tidak lama</li> <li>3. Ketepatan materi belajar</li> <li>4. Kesiapan guru dalam mengajar siswa</li> </ol>	10, 15
	<i>Responsiveness</i> (ketanggapan)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemauan guru dan karyawan dan membantu siswa</li> <li>2. Memberikan pelayanan dengan cepat</li> <li>3. Mendengarkan dan mengatasi keluhan siswa</li> </ol>	2, 6, 11, 13, 16
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan menimbulkan keyakinan siswa</li> <li>2. Kepercayaan janji kepada siswa</li> </ol>	7, 12, 17
	Empathy (Empati)	Memberikan perhatian secara pribadi kepada siswa	3, 8, 14, 18

Kepuasan konsumen atau siswa. (Y)	Kualitas produk	Produk berkualitas	6, 9, 10, 11, 12, 18, 20
	Kualitas Pelayanan	Pelayanan baik/ sesuai dengan harapan	7, 8
	Emosional	Orang lain merasa kagum	1, 2, 3, 4, 5, 13, 14
	Harga	Harga murah/ terjangkau	15,16
	Biaya	Tidak mengeluarkan biaya tambahan	17, 19

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini di samping menggunakan metode yang tepat, juga perlu memilih teknik dan alat pengumpulan data yang relevan. Penggunaan teknik dan alat pengumpulan data yang tepat memungkinkan diperoleh data yang objektif. Untuk data-data yang mendukung keberhasilan penelitian ini.

#### **1. Jenis Data.**

Penelitian ini menggunakan kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data. Penelitian ini terdiri atas dua variabel, yaitu kepuasan

konsumen termasuk variabel dependen dan kualitas layanan jasa termasuk variabel independen.<sup>105</sup>

## 2. Sumber Data

Berdasarkan cara memperolehnya, data dibedakan atas dua macam, yaitu data primer dan data sekunder.<sup>106</sup>

### a. Data primer

Data primer yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari lapangan oleh peneliti. Data primer ini disebut juga data asli atau data baru. data primer disini berupa hasil kuesioner dari responden. Responden dalam penelitian ini adalah siswa MTs Negeri 1 Kendal yang diperoleh melalui angket.

### b. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan dari hasil penelitian pihak lain, data ini biasanya dikumpulkan dari pustaka (teks buku) atau dari laporan penelitian terdahulu. Data sekunder disini berupa

---

<sup>105</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, cet. 17, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 178

<sup>106</sup> Sofar Silaen dan Widiono, *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: in media, 2013), hlm 145

data responden yang telah tersedia di waka kurikulum atau tata usaha.

### 3. Pengumpulan Data

#### a. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

Bila penelitian dilakukan pada lingkup yang tidak terlalu luas, sehingga kuesioner dapat diantarkan langsung dalam waktu tidak terlalu lama, maka pengiriman angket kepada responden tidak perlu melalui pos. Dengan adanya kontak langsung antar peneliti dengan responden akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden dengan sukarela akan memberikan data obyektif dan cepat.

#### b. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioer. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain.

Teknik pengumpulan data observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.<sup>107</sup>

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah peninggalan tertulis mengenai data berbagai kegiatan atau kejadian dari suatu organisasi yang dari segi waktu relatif belum terlalu lama. Jika peinggalan tertulis yang relatif cukup lama maka berubah menjadi bukti-bukti historis mengenai keadaan atau peristiwa masa lalu. Bahan-bahan dokumentasi itu merupakan informasi atau data yang memberikan peluang yang luas bagi penyelenggaraan penelitian.<sup>108</sup>

Cara pengumpulan data tersebut dilakukan dengan prosedur

1) Responden diberi kuesioer.

---

<sup>107</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 156

<sup>108</sup> Sofar Silaen dan Widiono, *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: in media, 2013), hlm. 163.

- 2) Sambil mengisi kuesioner, ditunggu dan diberi penjelasan jika belum jelas terhadap apa yang dibaca.
- 3) Setelah responden mengisi kemudian jawaban tersebut diolah, dianalisis dan disimpulkan.

## **F. Teknik Analisis Data**

Dalam menganalisis data yang telah terkumpul dari penelitian yang bersifat kuantitatif, penulis menggunakan analisis data statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut:

### **1. Analisis Pendahuluan**

Analisis pendahuluan merupakan langkah awal untuk menentukan analisis selanjutnya. pada analisis ini, data yang diperoleh dari hasil penyebaran angket pada responden kemudian dimasukkan dalam tabel yang akan diberi skor pada tiap alternatif jawaban yang menjadi acuan dalam penelitian. Maka langkah awal yang digunakan adalah mengubah data kualitatif menjadi data kuantitatif.

#### **a. Penskoran**

Data yang diperoleh melalui angket, kemudian dianalisis dalam bentuk angka dengan cara memberi nilai pada setiap item jawaban pada pertanyaan angket yang telah diberikan kepada responden dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang

tentang fenomena soaial. Adapun jawaban dari setiap item soal diberi skor sebagai berikut:<sup>109</sup>

***Tabel 3. 2 Skor Item Soal***

Alternatif Jawaban	Skor soal
Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Kurang Puas	2
Tidak Puas	1

2. Uji Coba Instrumen
  - a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Peneliti menentukan

---

<sup>109</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 135

validitas instrumen berdasarkan rumus koefisien korelasi product moment.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

X = variabel bebas

Y = variabel terikat

N = banyaknya siswa yang mengisi angket

$\sum X$  = jumlah variabel X

$\sum Y$  = jumlah variabel Y<sup>110</sup>

Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan *product moment pearson* dengan ketentuan:

Jika r hitung > r tabel maka butir soal tersebut dikatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung < r tabel maka butir soal tersebut dikatakan tidak valid. Instrumen penelitian diujikan kepada 30 siswa (responden) dengan taraf

---

<sup>110</sup> Suharsimi Arikunto, *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan Edisi Revisi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 72

signifikan 5%, maka  $r_{tabel}$  0,361. Hasil uji validitas data yang diujikan adalah sebagai berikut:

1) Uji validitas butir soal kualitas layanan jasa

**Tabel 3. 3 Uji Validitas Butir Soal Kualitas Layanan Jasa**

No Pertanyaan	Kualitas Layanan	Validitas		Keterangan
		r hitung	r tabel 5%	
1		0,545351	0,361	Valid
2		0,66623		Valid
3		0,243544		Tidak Valid
4		0,862125		Valid
5		0,607717		Valid
6		0,723204		Valid Valid
7		0,687285		Valid
8		0,62882		Valid
9		0,690971		Valid
10		0,558602		Valid
11		0,707222		Valid
12		0,609471		Valid
13		0,550255		Valid
14		0,315526		Tidak Valid
15		0,222123		Tidak Valid
16		0,35872		Tidak Valid
17		0,423258		Valid
18		0,286803		Tidak Valid
19		0,686865		Valid
20		0,066353		Tidak Valid
21		0,522115		Valid
22		0,638308		Valid
23		0,658971		Valid
24		0,447484		Valid
25		0,503063		Valid

2) Uji validitas butir soal kepuasan konsumen

**Tabel 3. 4 Uji Validitas Butir Soal Kepuasan Konsumen**

No Pertanyaan	Kepuasan Konsumen	Validitas  r hitung	r tabel 5%  0,361	Keterangan
1		0,367017		Valid
2		0,54727		Valid
3		0,566027		Valid
4		0,661676		Valid
5		0,451571		Valid
6		0,388183		Valid
7		0,42942		Valid
8		0,44962		Valid
9		0,564213		Valid
10		0,510436		Valid
11		0,65887		Valid
12		0,475337		Valid
13		0,139805		Tidak Valid
14		0,678135		Valid
15		0,47374		Valid
16		0,439693		Valid
17		0,571627		Valid
18		0,52403		Valid
19		0,273551		Tidak Valid
20		0,315132		Tidak Valid
21		0,342987		Tidak Valid
22		0,064844		Tidak Valid
23		0,47459		Valid
24		0,752506		Valid
25		0,463895		Valid

b. Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.<sup>111</sup>

Rumus yang digunakan yaitu rumus alfa cronbach sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Nilai Reliabilitas

$\sum S_i$  = Jumlah varians skor tiap-tiap item

$S_t$  = Varians total

$k$  = Jumlah item<sup>112</sup>

Pengujian reliabilitas pada variabel kualitas layanan jasa adalah  $r_{11} = 0,893419$  sedangkan variabel

---

<sup>111</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 221

<sup>112</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 365

kepuasan konsumen adalah  $r_{11} = 0,841616$ . nilai  $r_{tabel}$  *product moment pearson* dengan  $N = 30$  pada taraf signifikan 5% adalah  $r_{tabel} = 0,361$ . Karena  $r_{11} > r_{tabel}$  maka reliabel.

### 3. Analisis Uji Hipotesis

#### a. Analisis Korelasi Product Moment Pearson

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Untuk menyelesaikan perhitungan diperlukan langkah-langkah sebagai beriku:

$$\sum xy = \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{N}$$

$$\sum x^2 = \sum X^2 - \frac{(X)^2}{N}$$

$$\sum y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}$$

Setelah dilakukan analisis *korelasi product moment pearson*, maka hasil yang diperoleh dikosultasikan dengan  $r_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5% dan 1% dengan asumsi sebagai berikut:

- 1) Jika  $r_{xy} > r_{tabel}$  (5% dan 1%) berarti signifikansi artinya hipotesis diterima.

2) Jika  $r_{xy} < r_{tabel}$  (5% dan 1%) berarti tidak signifikansi artinya hipotesis ditolak<sup>113</sup>

#### 4. Analisis Regresi Sederhana

Tujuan utama penggunaan regresi ini adalah untuk memprediksi atau memperkirakan nilai variabel dependen dalam hubungannya dengan variabel independen. dengan demikian, keputusan dapat dibuat untuk memprediksi seberapa besar perubahan nilai variabel depeden bila nilai variabel independen di naik turunkan. perhitungan perubahan nilai ini berdasarkan persamaan garis regresinya.<sup>114</sup> Model regresi sederhana adalah:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksian

a = Harga Y ketika harga X=0 (harga kosten)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan

angka peningkatan ataupun penurunan variabel

dependen yang didasarkan pada perubahan variabel

---

<sup>113</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung:Alfabeta, 2015), hlm. 228

<sup>114</sup> Sofar Silaen dan Widiono, *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi danTesis*, (Jakarta: in media, 2013), hlm. 206

idependen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertetu

Untun menentukan a dan b dapat dicari dengan rumus berikut:

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

Regresi sederhana digunakan untuk melihat apakah variabel bebas mampu secara menyeluruh menjelaskan tingkah laku variabel tidak bebas, untuk menguji inidikenal dengan uji F. Adapun rumus uji F sebagai berikut

- a. Mencari Jumlah Kuadrat Regresi ( $JK_{Reg [a]}$ )

$$JK_{Reg [a]} = \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

- b. Mencari Jumlah Kuadrat Regresi ( $JK_{Reg [b|a]}$ )

$$JK_{Reg [b|a]} = b \left\{ \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n} \right\}$$

- c. Mencari Jumlah Kuadrat Residu ( $JK_{Res}$ ) dengan rumus:

$$JK_{Res} = \sum Y^2 - JK_{Reg [b|a]} - JK_{Reg [a]}$$

- d. Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat Regresi ( $RJK_{Reg [a]}$ ) dengan rumus:

$$RJK_{Reg [a]} = JK_{Reg [a]}$$

- e. Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat Regresi ( $RJK_{Reg [b|a]}$ ) dengan rumus:

$$RJK_{Reg [b|a]} = JK_{Reg [b|a]}$$

- f. Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat Residu ( $RJK_{Res}$ ) dengan rumus:

$$RJK_{Res} = \frac{JK_{Res}}{n-2}$$

- g. Menguji signifikansi dengan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{Reg [b|a]}}{RJK_{Res}}$$

Kaidah pengujian signifikansi:

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (5% dan 1%) berarti signifikansi artinya hipotesis diterima.
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  (5% dan 1%) berarti tidak signifikansi artinya hipotesis ditolak

Selain mengetahui kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel tidak bebas, juga perlu diketahui apakah setiap variabel bebas juga berpengaruh terhadap variabel tidak bebas, untuk pengujian ini dikenal dengan uji t. Adapun rumus uji t sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden<sup>115</sup>

---

<sup>115</sup> Sugiyon, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm.230

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Kendal bertempat di Jalan Soekarno Hatta Brangsong, Kelurahan Purwokerto, Kecamatan Brangsong, Kabupaten Kendal. Madrasah ini mendapat nilai akreditasi A. Madrasah ini berubah nama menjadi Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Kendal pada tahun 2018, sebelumnya bernama Madrasah Tsanawiyah Negeri Brangsong. Di madrasah ini memiliki 947 murid/ peserta didik, 44 guru bersertifikasi, 51 guru PNS, jumlah keseluruhan guru dan karyawan 73 orang. Luas tanah 9, 115  $m^2$ .

Madrasah ini memiliki Visi Misi antara lain:

Visi:

Agamis, lebih tinggi, lebih besar dan lebih baik

Misi:

1. Menciptakan suasana kehidupan Madrasah yang Islami.
2. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang didukung oleh sarana prasarana yang memadai.
3. Menumbuhkembangkan Madrasah secara berkesinambungan

4. Mewujudkan bahwa hari ini harus lebih baik dari hari kemaren dan hari esok lebih baik dari hari ini.<sup>116</sup>

**Tabel 4. 1 Fasilitas Sekolah**

No	Jenis fasilitas	Jumlah
1	Ruang kelas	30
2	Perpustakaan	2
3	Ruang laboratorium IPA	1
4	Ruang laboratorium komputer	3
5	Ruang laboratorium bahasa	1
6	Ruang pimpinan	2
7	Ruang guru	2
8	Ruang tata usaha	1
9	Ruang konseling	2
10	Tempat ibadah	2
11	Ruang UKS	1
12	Jamban	18
13	Gudang	3
14	Tempat olahraga	2

Sebelum proses analisis data, peneliti akan mendiskripsikan kualitas layanan jasa dan kepuasan konsumen di MTs Negeri 1 Kendal. Data tersebut diperoleh dari pengisian

---

<sup>116</sup> Hasil dokumentasi pada tanggal 30 April 2019, pukul 9.30

instrumen kuesioner yang diberikan kepada siswa MTs Negeri 1 Kendal yang berjumlah 241 siswa. Untuk lebih jelas akan dipaparkan pada deskripsi sebagai berikut:

### **1. Deskripsi Data Kualitas Layanan di MTs Negeri 1 Kendal**

Deskripsi data untuk mengetahui kualitas layanan jasa dilakukan dengan menggunakan angket sebanyak 19 item pernyataan.

***Tabel 4. 2 Skor Nilai Kuesioner Kualitas Layanan Jasa***

Kode Peserta	Variabel X																			Total Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
R-1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
R-2	4	5	4	4	3	3	5	2	4	4	4	5	5	3	4	5	4	3	4	75
R-3	4	5	3	5	3	2	4	3	5	2	2	4	3	4	5	4	5	3	5	71
R-4	3	4	2	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	59
R-5	4	5	3	3	4	3	5	4	4	5	4	4	5	3	3	5	4	4	5	77
R-6	5	3	4	2	4	5	4	2	3	5	4	4	3	5	3	4	3	4	5	72
R-7	5	5	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	3	4	5	3	3	5	4	79
R-8	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	68

R-9	4	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	3	4	4	4	75
R-10	3	4	2	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	68
R-11	4	4	3	4	4	3	5	3	5	3	4	4	5	4	3	3	4	4	4	73
R-12	4	3	3	4	5	3	3	4	4	3	5	5	5	4	5	3	4	3	5	75
R-13	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	5	78
R-14	4	2	3	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	68
R-15	4	4	3	4	3	5	3	4	3	3	5	4	4	3	3	4	3	5	5	72
R-16	3	4	2	5	3	4	5	5	5	4	3	5	4	2	3	2	3	3	3	68
R-17	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	69
R-18	3	5	3	5	3	4	5	3	4	3	3	5	3	3	3	3	5	3	3	69
R-19	3	3	2	5	4	2	4	3	5	3	3	5	3	3	5	4	3	3	3	66

R-20	3	4	3	5	3	4	5	5	5	4	3	4	3	3	5	4	3	3	3	72
R-21	5	3	2	4	3	4	3	3	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	75
R-22	3	4	3	5	3	5	2	5	4	3	4	5	4	5	4	5	3	4	5	76
R-23	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3	4	73
R-24	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	79
R-25	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	73
R-26	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	85
R-27	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	5	3	4	4	4	5	5	5	4	80
R-28	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	5	3	4	4	4	5	5	5	4	81
R-29	3	4	3	2	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	5	4	3	3	5	65
R-30	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	79

R-31	4	3	3	3	4	3	4	5	3	5	4	4	5	3	4	4	5	5	4	75
R-32	5	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	76
R-33	3	2	3	2	4	3	3	4	4	3	3	3	2	4	2	3	3	4	3	58
R-34	5	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	73
R-35	4	3	2	5	3	4	5	3	5	2	4	3	5	4	3	4	4	5	3	71
R-36	3	4	5	2	4	2	4	4	2	4	2	4	5	4	5	5	5	4	3	71
R-37	4	5	3	4	4	5	5	5	4	3	2	4	4	4	5	5	5	4	4	79
R-38	4	5	3	4	4	5	5	5	4	3	2	4	4	4	5	5	5	5	4	80
R-39	4	5	3	4	4	5	5	5	4	3	2	4	5	4	5	5	5	4	4	80
R-40	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	4	3	4	5	2	64
R-41	3	5	5	2	4	4	5	5	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	83

R-42	5	4	3	4	4	5	4	3	5	5	4	3	4	5	5	4	4	4	5	80
R-43	4	4	4	3	4	5	4	3	4	3	3	4	5	4	4	5	4	3	3	73
R-44	5	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	3	5	5	4	3	5	4	5	82
R-45	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	74
R-46	4	4	3	4	5	4	5	5	4	3	4	3	5	4	5	5	4	4	4	79
R-47	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	63
R-48	3	4	2	5	4	5	3	5	5	3	3	5	5	3	3	3	5	4	4	74
R-49	4	4	3	5	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	71
R-50	4	3	4	2	3	3	4	4	4	2	2	3	4	2	5	5	3	4	2	63
R-51	4	5	5	4	5	3	4	3	2	4	3	5	3	2	5	4	3	2	4	70
R-52	4	5	3	5	5	2	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	86

R-53	4	5	3	5	5	2	5	3	5	3	4	5	3	4	3	5	5	5	5	79
R-54	4	5	3	5	5	2	5	4	5	3	4	5	3	4	3	5	5	5	5	80
R-55	5	3	4	5	3	4	5	3	5	3	3	4	5	3	4	5	5	5	5	79
R-56	3	3	2	2	4	3	2	3	3	2	2	3	4	2	4	2	3	3	4	54
R-57	4	4	3	3	5	4	4	3	4	3	3	4	5	3	5	3	3	3	4	70
R-58	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	69
R-59	5	5	4	4	3	5	4	5	5	4	4	5	3	4	4	3	3	3	3	76
R-60	4	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	65
R-61	3	3	2	2	4	3	2	3	3	2	2	3	4	2	4	2	2	4	3	53
R-62	4	4	3	3	5	4	3	4	4	3	3	4	5	3	5	3	3	3	4	70
R-63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	60

R-64	4	5	3	5	4	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	4	5	86
R-65	4	5	4	4	3	3	5	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	5	79
R-66	4	3	3	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	5	4	3	5	4	5	77
R-67	4	3	3	5	4	3	5	4	5	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	77
R-68	4	3	3	5	4	3	5	4	5	4	3	5	5	4	3	5	4	3	5	77
R-69	5	3	4	5	3	4	5	4	5	5	3	4	3	5	3	5	4	4	5	79
R-70	4	3	5	4	3	5	4	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	77
R-71	4	4	3	4	4	3	5	3	4	3	3	5	4	4	4	5	4	4	4	74
R-72	5	4	3	4	3	2	4	4	3	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	69
R-73	4	3	3	5	4	3	5	4	5	4	3	5	5	4	3	5	4	5	3	77
R-74	4	3	3	5	4	3	5	4	3	5	3	5	4	2	4	3	5	4	3	72

R-75	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	4	60
R-76	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	5	3	3	3	4	62
R-77	3	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	3	3	3	2	3	3	5	74
R-78	4	4	3	5	4	4	5	3	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	3	81
R-79	4	5	5	4	3	3	5	2	5	4	4	5	5	3	4	5	4	3	4	77
R-80	3	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	3	3	3	2	4	4	5	76
R-81	3	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	5	5	5	82
R-82	3	3	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	82
R-83	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	83
R-84	5	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	5	71
R-85	4	5	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	71

R-86	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	63
R-87	5	3	4	2	3	3	5	3	4	3	3	4	3	2	3	4	5	5	5	69
R-88	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	63
R-89	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	82
R-90	5	3	4	2	3	3	5	3	4	3	3	4	3	2	3	4	5	5	2	66
R-91	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	76
R-92	4	3	3	5	5	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	64
R-93	3	4	3	4	4	3	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	64
R-94	5	3	4	2	3	3	5	3	4	3	3	4	3	2	3	4	5	5	2	66
R-95	4	3	5	3	4	5	5	4	4	3	4	5	3	4	4	5	4	5	4	78
R-96	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5	4	5	5	4	5	4	4	85

R-97	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	70
R-98	4	3	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	81
R-99	5	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	5	5	3	66
R-100	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	67
R-101	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	86
R-102	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	69
R-103	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	5	69
R-104	4	4	4	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	77
R-105	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	69
R-106	4	3	5	4	4	3	4	5	4	3	4	4	5	3	4	3	5	4	5	76
R-107	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3	4	3	74

R-108	3	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	3	73
R-109	3	4	2	3	3	5	3	3	5	2	3	4	3	4	4	3	4	3	2	63
R-110	5	3	5	5	4	5	4	4	5	3	4	5	2	5	4	5	4	3	3	78
R-111	3	4	2	3	4	2	4	4	4	4	3	4	2	4	5	3	5	5	5	70
R-112	3	4	2	3	3	2	4	3	5	2	3	4	3	4	4	3	4	3	2	61
R-113	3	4	2	3	3	4	3	3	5	2	3	4	3	4	4	3	4	3	2	62
R-114	2	3	2	5	4	3	5	5	4	5	3	2	4	2	5	2	2	3	4	65
R-115	3	4	2	4	4	5	4	4	5	2	3	4	3	4	4	3	4	3	3	68
R-116	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	62
R-117	4	3	3	5	5	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	64
R-118	2	2	4	3	5	4	5	3	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	75

R-119	5	4	3	5	4	3	5	4	5	2	3	4	3	3	4	4	5	5	5	76
R-120	3	4	2	3	3	2	3	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3	5	4	61
R-121	4	4	4	2	5	2	4	5	4	3	3	4	3	4	5	5	5	4	3	73
R-122	3	4	3	4	4	5	4	3	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	70
R-123	4	4	2	4	3	3	5	3	5	3	3	5	3	4	4	3	4	4	5	71
R-124	3	4	3	3	3	2	4	4	3	3	2	5	5	4	4	3	4	3	5	67
R-125	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	2	2	3	4	3	3	5	3	2	56
R-126	4	4	3	4	5	3	4	5	2	3	5	5	5	4	5	4	3	3	3	74
R-127	4	3	4	3	3	4	5	4	3	3	4	3	2	5	4	4	4	4	3	69
R-128	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	67
R-129	3	3	5	2	2	2	3	3	5	5	3	2	3	3	3	2	2	3	4	58

R-130	3	4	3	3	4	3	4	4	3	1	2	3	2	3	2	3	3	2	3	55
R-131	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	48
R-132	4	4	2	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71
R-133	3	4	3	2	3	3	5	3	3	2	3	4	3	3	4	4	5	5	2	64
R-134	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	76
R-135	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	64
R-136	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	69
R-137	3	4	2	2	3	3	5	3	3	3	3	3	1	3	5	3	4	2	1	56
R-138	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
R-139	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	2	3	4	3	5	4	5	4	80
R-140	5	4	3	2	3	4	5	4	4	3	2	3	4	5	4	3	2	3	4	67

R-141	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	85
R-142	4	4	2	3	2	2	1	4	4	1	2	5	5	1	3	2	4	3	4	56
R-143	5	5	3	4	3	3	2	5	5	2	3	4	4	2	4	3	5	4	5	71
R-144	5	5	5	5	3	5	1	5	3	5	5	4	5	3	2	5	3	4	2	75
R-145	4	3	4	4	4	3	4	4	3	5	5	3	5	3	3	1	4	4	3	69
R-146	4	3	3	4	5	5	5	3	4	4	3	3	4	3	5	4	3	4	5	74
R-147	5	4	5	5	5	4	5	2	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	88
R-148	3	3	2	5	3	1	5	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	52
R-149	4	4	3	5	4	2	5	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	69
R-150	3	2	4	5	4	2	4	3	5	3	2	5	5	2	4	3	5	3	5	69
R-151	3	3	2	5	3	2	5	3	5	5	4	3	3	4	5	4	5	3	5	72

R-152	5	4	3	4	2	3	4	4	4	3	1	4	4	4	5	4	2	2	2	64
R-153	3	2	4	1	2	2	2	2	2	1	2	2	5	3	2	3	3	4	5	50
R-154	3	4	2	2	3	4	5	2	4	2	3	5	2	3	2	4	2	3	4	59
R-155	4	3	2	3	3	4	3	3	2	1	3	2	4	2	3	4	2	3	3	54
R-156	4	4	2	4	5	5	5	5	4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	2	74
R-157	3	3	2	4	3	2	2	2	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	5	61
R-158	3	4	3	4	3	4	4	4	3	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	70
R-159	3	4	4	4	4	3	3	5	5	2	2	5	4	4	3	3	5	4	4	71
R-160	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	68
R-161	5	4	3	5	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	3	5	5	4	3	76
R-162	5	4	3	5	4	3	4	4	4	3	4	5	4	3	5	5	5	4	4	78

R-163	5	3	3	4	5	4	3	3	3	4	3	2	3	4	2	2	2	3	3	61
R-164	4	4	2	2	4	2	2	2	2	4	2	2	2	4	4	4	2	2	4	54
R-165	5	5	3	5	3	2	5	5	5	2	5	5	2	5	5	4	5	5	2	78
R-166	5	4	3	4	3	3	4	3	3	4	5	4	3	5	4	3	4	4	5	73
R-167	4	4	5	5	4	3	2	4	2	3	2	2	3	4	4	3	5	5	3	67
R-168	3	4	3	3	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	77
R-169	4	3	2	3	2	3	5	3	4	1	2	1	2	4	3	4	5	1	2	54
R-170	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	67
R-171	4	4	5	2	3	3	2	4	2	3	4	3	4	4	5	5	5	4	2	68
R-172	4	3	4	2	3	2	2	4	2	3	2	1	4	4	5	5	5	4	2	61
R-173	5	4	3	4	3	5	4	4	4	5	3	3	4	4	3	3	4	3	2	70

R-174	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	84
R-175	3	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4	69
R-176	4	4	3	4	5	3	4	5	4	4	3	5	5	4	5	4	3	3	3	75
R-177	5	4	3	4	5	3	4	3	5	3	4	3	5	3	4	5	5	4	4	76
R-178	4	3	4	4	3	3	5	4	5	3	4	5	3	2	5	3	4	5	5	74
R-179	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	3	5	5	5	5	5	5	4	3	82
R-180	4	3	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	5	5	4	77
R-181	4	4	2	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	68
R-182	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	3	3	4	71
R-183	5	3	2	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4	67
R-184	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4	3	61

R-185	5	4	5	5	5	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	87
R-186	5	4	4	2	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	5	3	4	81
R-187	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	89
R-188	3	3	2	3	3	2	3	3	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	3	61
R-189	3	4	4	5	3	4	5	4	3	4	3	5	3	3	5	3	4	3	5	73
R-190	4	3	2	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	62
R-191	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4	3	61
R-192	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	91
R-193	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	90
R-194	3	3	2	3	3	2	3	3	4	2	4	3	4	3	4	4	4	2	5	61
R-195	5	4	2	3	4	3	4	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	4	5	66

R-196	3	3	4	5	5	4	5	5	5	3	4	3	4	4	3	4	5	4	5	78
R-197	4	3	4	2	3	3	3	4	3	2	4	5	5	4	4	4	3	3	2	65
R-198	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	3	3	5	3	3	3	4	75
R-199	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	88
R-200	5	3	2	1	3	2	4	1	3	3	2	2	5	3	4	3	4	4	3	57
R-201	4	3	3	2	5	2	5	4	3	2	4	5	5	4	4	4	3	3	2	67
R-202	5	3	2	3	5	4	4	3	3	3	3	2	4	3	5	5	3	5	2	67
R-203	4	3	5	5	5	3	5	4	5	2	4	5	5	5	4	5	5	5	3	82
R-204	4	3	3	3	5	3	3	4	4	2	4	5	5	4	4	4	3	3	2	68
R-205	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	94
R-206	4	4	3	4	5	3	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	75

R-207	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	92
R-208	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	63
R-209	3	3	3	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	73
R-210	4	5	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	5	78
R-211	3	2	5	5	3	2	5	4	5	3	4	5	3	2	5	3	2	4	3	68
R-212	3	3	4	5	3	3	5	4	4	4	4	3	3	5	4	3	4	4	5	73
R-213	5	5	1	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	86
R-214	5	2	5	5	5	5	5	4	5	5	2	5	5	2	5	5	5	5	5	85
R-215	5	3	3	4	5	5	5	4	5	5	2	5	5	2	5	5	5	5	5	83
R-216	5	5	5	5	5	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	74
R-217	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	63

R-218	3	5	4	3	4	4	5	5	5	3	4	5	5	4	4	5	5	5	5	83
R-219	4	3	2	1	2	5	2	3	2	3	5	2	4	2	5	3	4	5	5	62
R-220	4	4	4	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	4	3	67
R-221	4	5	4	3	2	4	1	3	4	2	4	1	3	5	3	4	4	4	3	63
R-222	3	2	5	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	66
R-223	5	5	1	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	86
R-224	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	93
R-225	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	91
R-226	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	92
R-227	5	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	88
R-228	5	3	3	4	5	5	5	4	5	5	2	5	5	2	5	5	5	5	5	83

R-229	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	5	4	2	2	66
R-230	4	5	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	5	5	3	5	3	3	2	68
R-231	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	3	3	72
R-232	3	5	3	4	3	3	4	4	3	3	2	4	5	5	3	5	3	2	2	66
R-233	5	5	5	5	5	2	3	5	3	3	5	5	3	3	4	5	3	3	3	75
R-234	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	4	5	5	5	5	3	3	5	84
R-235	5	3	3	3	5	3	3	3	5	5	3	5	5	3	5	3	5	5	3	75
R-236	3	4	5	4	3	3	5	4	3	3	5	5	4	5	3	4	5	4	5	77
R-237	5	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	85
R-238	4	3	2	5	4	3	4	2	3	3	5	5	5	4	4	3	4	3	4	70
R-239	4	3	2	4	3	1	4	2	5	4	4	5	2	2	4	5	4	4	5	67

R-240	4	3	2	3	4	3	4	2	4	3	3	5	5	5	4	3	4	3	4	68
R-241	4	3	3	4	4	1	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	66
$\Sigma$																			17318	

Dari nilai angket tersebut kemudian dimasukkan ke dalam tabel untuk mengetahui nilai rata-rata atau mean kualitas layanan jasa dengan rumus:

- a. Nilai rata-rata kualitas layanan jasa

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\sum fx}{N} \\ &= \frac{17318}{241} \\ &= 71,86\end{aligned}$$

- b. Jumlah kelas kualitas layanan jasa dengan rumus:

$$\begin{aligned}K &= 1 + 3,3 \log n \\ &= 1 + 3,3 \log 241 \\ &= 1 + 3,3 (2,382) \\ &= 1 + 7,860 \\ &= 8,860 \text{ dibulatkan menjadi } 9\end{aligned}$$

- c. Range kualitas layanan jasa

$$R = H - L + 1$$

Keterangan:

H = Nilai tertinggi

L = Nilai terendah

1 = Bilangan konstan

$$R = 94 - 48 + 1$$

$$= 46 + 1$$

$$= 47$$

- d. Interval kelas kualitas layanan jasa, dengan rumus:

$$i = \frac{R}{K}$$

$$= \frac{47}{9}$$

= 5,22 dibulatkan menjadi 5

Keterangan:

$i$  = Nilai interval

R = Range (batas nilai tertinggi-nilai terendah)

K = Jumlah kelas yang dikehendaki

**Tabel 4. 3 Distribusi Nilai Mean Kualitas Layanan Jasa**

Interval	$M'$	F	$x'$	$Fx'$	$x^2$	$Fx^2$
90-94	92	7	+3	21	9	63
85-89	87	16	+2	32	4	64
80-84	82	23	+1	23	1	23
75-79	77	50	0	0	0	0
70-74	72	47	-1	-47	1	47
65-69	67	49	-2	-98	4	196
60-64	62	31	-3	-93	9	279
55-59	57	10	-4	-40	16	160
50-54	52	7	-5	-35	25	175
48-49	48,5	1	-6	-6	36	36
Jumlah		N = 241		-243		1043

e. Mean kelompok kualitas layanan jasa

$$\begin{aligned}
 M &= M' + i \left( \frac{\sum fx'}{N} \right) \\
 &= 77 + 5 \left( \frac{-243}{241} \right) \\
 &= 77 + 5 (-1,008) \\
 &= 77 + -5,04
 \end{aligned}$$

$$= 71,96$$

f. Standar deviasi kualitas layanan jasa

$$\begin{aligned} \text{SD} &= i \sqrt{\frac{\sum fx^2}{N} - \left(\frac{\sum fx'}{N}\right)^2} \\ &= 5 \sqrt{\frac{1043}{241} - \left(\frac{-243}{241}\right)^2} \\ &= 5 \sqrt{4,328 - (-1,008)^2} \\ &= 5 \sqrt{4,328 - (-1,016)} \\ &= 5 \sqrt{5,344} \\ &= 5 (2,312) \\ &= 11,56 \end{aligned}$$

Setelah diketahui nilai mean, selanjutnya melakukan penafsiran nilai mean yang telah didapat sebagai berikut:

$$M + 1,5 \text{ SD} = 71,96 + 1,5 (11,56) = 89,3 = 89 \text{ ke atas}$$

$$M + 0,5 \text{ SD} = 71,96 + 0,5 (11,56) = 77,74 = 77 - 88$$

$$M - 0,5 \text{ SD} = 71,96 - 0,5 (11,56) = 66,18 = 66 - 76$$

$$M - 1,5 \text{ SD} = 71,96 - 1,5 (11,56) = 54,62 = 54 - 65$$

$$= 53 \text{ ke bawah}$$

Kemudian untuk mengetahui kualitas variabel kualitas layanan jasa di MTs Negeri 1 Kendal kemudian dibuat tabel sebagai berikut:

**Tabel 4. 4 Kualitas Layanan Jasa di MTs N 1 Kendal**

No	Interval	Kategori
1	89 ke atas	Sangat Baik
2	77 – 88	Baik
3	66 – 76	Cukup
4	54 – 65	Buruk
5	53 ke bawah	Sangat Buruk

Dari hasil perhitungan data tersebut MTs Negeri 1 Kendal tergolong memiliki kualitas layanan jasa yang cukup. Hal ini dapat diketahui dari nilai mean kualitas layanan jasa di MTs Negeri 1 Kendal sebesar 71,96 yang berada pada interval 66 – 76.

## **2. Deskripsi Data Kepuasan Konsumen di MTs Negeri 1 Kendal**

Deskripsi data untuk mengetahui kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan angket sebanyak 20 item pernyataan.

**Tabel 4. 5Skor Nilai Kuesioner Kepuasan Konsumen di MTs N 1 Kendal**

Kode Peserta	Variabel Y																				Total Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
R-1	3	5	4	5	5	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	3	4	3	74
R-2	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	86
R-3	5	5	4	5	4	3	4	4	5	3	2	4	3	4	3	2	5	2	4	3	74
R-4	3	4	3	3	1	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	1	46
R-5	3	4	2	4	4	3	5	4	3	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	81
R-6	5	4	3	4	3	2	5	2	4	5	4	4	5	4	3	4	5	3	2	2	73
R-7	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	4	4	5	4	3	5	3	5	4	5	84
R-8	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	75

R-9	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	87
R-10	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	68
R-11	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	3	4	5	4	3	3	4	5	4	3	83
R-12	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4	3	5	4	4	3	3	4	5	4	3	83
R-13	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	3	5	84
R-14	4	5	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4	3	70
R-15	4	5	4	4	3	3	4	5	3	5	4	3	5	4	4	4	3	5	4	4	80
R-16	3	4	5	4	2	3	3	2	3	3	3	2	4	3	5	4	4	3	3	4	67
R-17	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	64
R-18	5	5	3	5	5	2	3	4	2	5	2	3	5	4	4	5	5	5	4	4	80
R-19	3	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	2	5	5	4	3	3	4	4	3	81

R-20	3	5	5	5	4	3	4	4	3	4	3	2	5	5	4	3	3	4	4	3	76
R-21	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	5	91
R-22	4	3	4	3	4	3	4	3	2	5	4	4	3	5	4	3	3	3	5	4	73
R-23	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	75
R-24	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	5	3	4	3	5	4	4	5	5	3	83
R-25	3	5	5	5	3	4	3	3	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	83
R-26	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	89
R-27	5	5	5	5	3	4	4	4	3	4	4	5	5	3	4	4	4	3	4	4	82
R-28	4	5	5	5	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	74
R-29	4	5	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	5	5	3	4	3	72
R-30	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	90

R-31	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	3	4	5	88
R-32	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	90
R-33	5	4	2	4	3	4	3	3	3	5	3	3	4	2	4	3	5	2	3	5	70
R-34	4	5	5	5	5	3	3	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	4	86
R-35	5	4	2	4	3	5	5	2	4	3	5	2	4	5	3	3	4	4	4	5	76
R-36	5	5	5	5	3	4	5	5	2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	93
R-37	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	89
R-38	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	91
R-39	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	94
R-40	4	5	3	2	3	5	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	5	3	69
R-41	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	3	3	3	3	4	5	3	82

R-42	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	93
R-43	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	67
R-44	3	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	81
R-45	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	78
R-46	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	3	3	5	5	3	4	3	4	4	3	82
R-47	4	5	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	69
R-48	4	5	5	5	5	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	92
R-49	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	68
R-50	2	4	5	5	4	4	4	2	2	3	2	5	5	5	2	5	4	2	3	5	73
R-51	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	5	77
R-52	5	4	3	3	3	3	3	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	4	5	4	83

R-53	5	4	3	2	3	2	3	5	5	5	5	4	4	5	5	3	3	5	4	5	80
R-54	5	4	3	2	3	2	3	5	5	5	4	4	5	5	3	5	4	5	4	5	81
R-55	5	5	5	5	5	3	3	4	3	3	5	3	5	5	4	5	4	5	5	5	87
R-56	3	4	3	4	2	3	2	3	2	4	3	3	4	4	4	4	2	2	3	4	63
R-57	4	5	4	5	3	4	3	4	3	5	4	4	5	5	5	5	3	3	4	5	83
R-58	3	4	3	4	3	3	2	3	2	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	5	68
R-59	3	4	3	4	3	3	2	3	2	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	5	68
R-60	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	64
R-61	3	4	3	4	2	2	2	3	2	3	3	2	4	3	2	2	2	4	3	3	56
R-62	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	5	70
R-63	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	5	70

R-64	5	5	4	4	2	3	4	4	4	5	2	5	5	2	5	5	5	4	4	5	82
R-65	3	4	3	5	3	3	5	4	3	4	5	5	5	4	3	3	5	3	4	3	77
R-66	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	90
R-67	5	4	3	5	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	3	5	4	5	4	3	85
R-68	5	4	3	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	87
R-69	4	5	5	5	2	3	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	86
R-70	5	5	5	5	5	4	3	4	3	5	4	5	5	4	3	4	3	5	5	5	87
R-71	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	92
R-72	4	5	4	5	5	3	4	3	4	4	5	5	5	4	3	5	5	4	3	5	85
R-73	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	4	4	3	5	86
R-74	5	5	4	4	3	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	3	4	5	81

R-75	3	5	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	73
R-76	3	5	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	5	4	3	4	3	4	3	3	70
R-77	5	5	3	4	5	3	3	5	3	5	5	2	3	3	3	2	2	3	2	5	71
R-78	5	4	3	5	4	3	5	4	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4	3	81
R-79	4	5	5	5	3	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	86
R-80	5	5	3	4	5	4	4	5	3	5	5	2	3	3	3	2	2	3	2	5	73
R-81	5	5	3	4	5	4	4	5	3	5	5	4	3	3	3	4	4	3	4	5	81
R-82	5	5	3	4	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	90
R-83	4	4	5	3	4	4	4	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	88
R-84	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	90
R-85	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	94

R-86	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	89
R-87	3	5	5	4	3	2	2	3	2	4	3	4	4	4	3	5	3	4	5	4	72
R-88	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	89
R-89	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	87
R-90	3	5	5	4	3	2	2	3	2	4	3	4	4	5	3	5	3	4	3	4	71
R-91	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	77
R-92	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	3	5	5	4	5	4	5	5	5	90
R-93	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	89
R-94	3	5	5	4	3	2	2	3	2	4	3	4	4	5	3	4	3	4	3	4	70
R-95	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	4	4	84
R-96	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	4	3	3	87

R-97	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	90
R-98	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	4	4	84
R-99	3	4	4	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	65
R-100	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	70
R-101	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	90
R-102	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	72
R-103	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	70
R-104	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	85
R-105	5	5	4	5	4	3	4	4	5	3	3	4	5	5	3	3	3	3	3	4	78
R-106	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	3	3	4	3	4	81
R-107	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	87

R-108	5	5	4	5	4	3	4	4	5	3	3	4	5	5	4	4	5	4	3	4	83
R-109	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	90
R-110	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	88
R-111	4	5	5	4	3	5	4	4	5	3	2	5	5	3	3	5	5	3	5	3	81
R-112	4	5	4	4	3	4	5	3	4	5	5	5	3	4	5	4	3	4	5	3	82
R-113	4	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	3	4	5	4	3	4	5	5	85
R-114	5	4	4	3	3	2	2	2	5	5	5	5	4	3	2	2	2	2	2	2	64
R-115	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	89
R-116	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	89
R-117	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	91
R-118	4	5	4	4	3	5	5	3	3	4	3	3	5	4	5	5	3	3	3	4	78

R-119	5	5	5	4	4	5	5	3	5	4	3	5	5	4	4	3	5	5	4	5	88
R-120	4	5	4	5	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	74
R-121	4	4	5	5	3	3	3	4	2	5	5	3	4	4	3	5	5	3	5	5	80
R-122	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	79
R-123	4	5	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	76
R-124	4	5	4	5	3	3	4	4	3	5	4	2	5	4	4	3	3	4	3	4	76
R-125	3	5	4	5	4	4	3	4	3	5	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	79
R-126	4	5	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	82
R-127	3	5	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	4	5	4	2	3	5	4	63
R-128	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	69
R-129	4	5	4	3	4	2	2	4	2	4	3	2	5	4	3	2	4	2	4	3	66

R-130	3	2	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	2	3	2	2	3	3	58
R-131	3	4	3	4	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	2	3	2	2	3	3	61
R-132	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	73
R-133	3	5	4	4	3	4	3	2	3	4	5	3	4	2	3	5	5	4	4	3	73
R-134	3	5	4	4	3	4	3	2	3	4	5	3	4	2	3	5	5	4	4	3	73
R-135	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	66
R-136	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	74
R-137	3	4	2	3	4	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	64
R-138	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
R-139	3	4	3	5	4	3	2	3	4	5	4	3	2	3	4	5	4	3	2	3	69
R-140	5	4	3	2	3	4	5	4	3	2	3	4	5	4	3	4	5	3	4	5	75

R-141	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	93
R-142	4	5	4	5	4	4	2	2	2	5	2	3	4	5	2	3	3	2	3	1	65
R-143	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	3	4	5	5	3	4	4	3	4	2	81
R-144	5	4	3	4	3	4	5	3	5	3	2	5	4	5	3	2	3	2	3	4	72
R-145	5	4	1	3	4	3	5	3	1	5	4	4	4	3	3	3	2	4	1	5	67
R-146	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	72
R-147	5	4	4	3	5	2	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	89
R-148	1	5	2	5	2	2	3	5	5	5	3	3	2	3	1	3	3	5	3	2	63
R-149	2	5	3	5	3	3	4	5	5	5	4	4	3	4	2	4	4	5	4	3	77
R-150	5	5	5	5	3	4	5	3	1	5	4	3	5	5	4	5	2	3	4	3	79
R-151	5	3	3	4	5	2	5	4	5	5	3	4	5	5	3	5	5	3	4	3	81

R-152	2	5	5	4	4	4	5	4	2	4	4	4	3	3	2	4	2	2	4	4	71
R-153	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	1	2	1	1	3	3	2	46
R-154	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	94
R-155	4	5	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	70
R-156	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	67
R-157	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	87
R-158	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	69
R-159	4	5	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	70
R-160	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	71
R-161	5	4	5	4	3	5	4	5	4	5	5	3	4	5	2	4	5	3	5	4	84
R-162	5	4	5	4	3	5	3	5	4	5	5	3	4	5	2	4	5	2	5	3	81

R-163	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	5	3	4	5	2	4	5	3	4	5	85
R-164	4	4	5	5	5	4	3	3	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
R-165	5	5	5	5	3	5	5	4	5	3	5	5	5	3	5	4	3	5	4	5	89
R-166	3	4	4	4	3	4	4	5	3	4	5	3	4	4	3	4	5	4	3	4	77
R-167	5	5	4	4	5	3	3	3	3	2	4	3	4	3	4	5	4	5	3	4	76
R-168	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	83
R-169	4	5	2	5	5	1	2	4	2	4	1	2	5	5	2	4	3	3	2	5	66
R-170	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3	63
R-171	4	4	3	4	3	2	3	4	2	4	3	5	3	4	3	2	4	3	3	4	67
R-172	4	3	3	4	3	2	3	4	2	5	4	5	3	4	3	2	4	3	3	4	68
R-173	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	78

R-174	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	88
R-175	3	4	5	4	3	4	3	5	4	3	3	5	4	5	4	3	3	4	3	4	4	76
R-176	4	5	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	5	81
R-177	5	5	5	4	3	3	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	84
R-178	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	3	4	5	5	2	1	5	4	5	4	4	85
R-179	5	5	5	4	3	3	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	2	5	4	3	3	82
R-180	4	3	4	4	4	3	5	3	5	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	74
R-181	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	70
R-182	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	82
R-183	4	5	3	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	3	5	5	4	5	4	5	5	82
R-184	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	65

R-185	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	97
R-186	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	2	4	3	5	82
R-187	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	3	5	4	5	91
R-188	4	5	5	5	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	73
R-189	5	5	4	4	3	3	5	5	4	4	3	3	5	3	4	3	3	3	3	5	77
R-190	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	3	3	5	4	4	85
R-191	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	68
R-192	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	4	87
R-193	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	96
R-194	5	5	4	4	2	4	3	4	3	4	2	2	4	5	5	2	4	3	4	5	74
R-195	4	4	3	4	5	4	3	4	2	5	3	4	5	4	5	3	4	5	4	5	80

R-196	4	5	5	4	3	3	3	3	3	4	3	3	5	5	3	3	3	4	3	3	72
R-197	4	5	5	4	5	3	5	5	4	4	4	3	5	4	3	4	3	4	4	5	83
R-198	3	5	4	4	4	5	3	5	5	4	4	2	4	5	3	5	5	5	4	3	82
R-199	4	5	5	4	4	3	4	3	3	4	4	5	5	3	3	4	5	5	3	5	81
R-200	3	5	2	5	5	5	3	5	4	5	2	3	5	4	5	3	4	5	4	5	82
R-201	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	5	4	2	3	2	3	4	5	78
R-202	4	5	3	4	4	4	3	4	2	5	3	4	4	3	2	2	2	4	4	5	71
R-203	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	93
R-204	4	5	5	4	5	3	5	5	4	4	4	4	5	4	2	3	2	4	4	5	81
R-205	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	96
R-206	3	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	88

R-207	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	98
R-208	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	69
R-209	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	84
R-210	5	4	3	2	1	5	4	5	5	4	4	3	4	2	3	4	4	3	3	3	71
R-211	2	5	3	5	2	4	3	4	2	3	4	2	5	3	4	2	3	4	2	3	65
R-212	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	5	3	68
R-213	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	96
R-214	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	2	5	5	4	5	5	5	5	4	92
R-215	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	2	5	5	4	5	5	5	5	4	93
R-216	3	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	78
R-217	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	64

R-218	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	91
R-219	5	4	5	3	4	5	3	2	5	5	5	5	3	5	4	3	3	2	2	4	77
R-220	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	2	4	2	4	4	4	1	4	2	66
R-221	5	5	3	4	4	5	3	1	3	5	4	4	5	1	3	4	2	3	4	5	73
R-222	3	3	3	5	5	3	5	3	5	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	70
R-223	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	96
R-224	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	95
R-225	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	97
R-226	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	97
R-227	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	95
R-228	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	2	5	5	4	5	5	5	4	4	89

R-229	4	5	5	4	3	3	4	3	3	4	5	4	4	3	3	4	4	5	4	4	78
R-230	4	5	5	4	3	4	3	3	4	3	4	5	3	3	2	4	4	5	4	3	75
R-231	4	5	5	4	3	3	4	3	3	4	5	4	4	3	2	4	4	5	3	2	74
R-232	3	5	5	5	3	4	3	3	4	3	4	5	3	3	4	3	3	4	3	3	73
R-233	3	5	5	4	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3	3	3	4	4	5	3	72
R-234	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	90
R-235	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
R-236	5	5	5	5	3	3	3	4	5	5	3	3	5	3	3	5	3	5	3	4	80
R-237	5	4	4	5	5	4	5	4	3	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	5	84
R-238	5	4	5	4	3	3	4	3	4	3	3	4	5	4	3	4	3	3	3	5	75
R-239	5	5	4	4	2	5	4	3	3	4	3	2	5	5	3	4	2	4	2	4	73

R-240	4	5	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	5	4	3	4	3	2	2	4	71
R-241	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	69
$\Sigma$																					19024

Data nilai angket tersebut kemudian dimasukkan ke dalam tabel untuk mengetahui nilai rata-rata atau mean tingkat kepuasan konsumen di MTs Negeri 1 Kendal.

Dari tabel diatas akan dihitung nilai mean dan interval kelas mengenai tingkat kepuasan konsumen di MTs Negeri 1 Kendal dengan rumus:

- a. Nilai rata-rata kepuasan konsumen

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\sum fx}{N} \\ &= \frac{19024}{241} \\ &= 78,94\end{aligned}$$

- b. Jumlah kelas kepuasan konsumen dengan rumus:

$$\begin{aligned}K &= 1 + 3,3 \log n \\ &= 1 + 3,3 \log 241 \\ &= 1 + 3,3 (2,382) \\ &= 1 + 7,860 \\ &= 8,860 \text{ dibulatkan menjadi } 9\end{aligned}$$

- c. Range kepuasan konsumen

$$R = H - L + 1$$

Keterangan:

H = Nilai tertinggi

L = Nilai terendah

1 = Bilangan konstan

$$R = 100 - 46 + 1$$

$$= 55$$

d. Interval kelas, dengan rumus

$$i = \frac{R}{K}$$

$$= \frac{55}{9}$$

$$= 6,11 \text{ dibulatkan menjadi } 6$$

Keterangan:

i = Nilai interval

R = Range (batas nilai tertinggi-nilai terendah)

K = Jumlah kelas yang dikehendaki

**Tabel 4. 6 Distribusi Nilai Mean Kepuasan Konsumen di MTs N 1**

**Kendal**

Interval	$M'$	F	$x'$	$Fx'$	$x^2$	$Fx^2$
95-100	97,5	11	+3	33	9	99
89-94	91,5	36	+2	72	4	144
83-88	85,5	44	+1	44	1	44
77-82	79,5	51	0	0	0	0
71-76	73,5	45	-1	-45	1	45
65-70	67,5	39	-2	-78	4	156
59-64	61,5	11	-3	-33	9	99
53-58	55,5	2	-4	-8	16	32
46-52	49	2	-5	-10	25	50
Jumlah		N = 241		-25		669

e. *Mean* kelompok kepuasan konsumen

$$\begin{aligned}M &= M' + i \left( \frac{\sum fx'}{N} \right) \\&= 79,5 + 6 \left( \frac{-25}{241} \right) \\&= 79,5 + 6 (-0,104) \\&= 79,5 + (-0,624) \\&= 78,876\end{aligned}$$

f. Standar deviasi kepuasan konsumen

$$\begin{aligned}SD &= i \sqrt{\frac{\sum fx^2}{N} - \left( \frac{\sum fx'}{N} \right)^2} \\&= 6 \sqrt{\frac{669}{241} - \left( \frac{-25}{241} \right)^2} \\&= 6 \sqrt{2,776 - (-0,104)^2} \\&= 6 \sqrt{2,776 - (-0,011)} \\&= 6 \sqrt{2,787} \\&= 6 (1,669) \\&= 10,014\end{aligned}$$

Setelah diketahui nilai mean, selanjutnya melakukan penafsiran nilai mean yang telah didapat sebagai berikut:

$$M + 1,5 SD = 78,876 + 1,5 (10,014) = 93,897 = 93 \text{ ke atas}$$

$$M + 0,5 SD = 78,876 + 0,5 (10,014) = 83,883 = 83 - 92$$

$$M - 0,5 SD = 78,876 - 0,5 (10,014) = 73,869 = 73 - 82$$

$$M - 1,5 SD = 78,876 - 1,5 (10,014) = 63,855 = 63 - 72$$

= 62 ke bawah

Untuk mengetahui kualitas variabel kepuasan konsumen di MTs Negeri 1 Kendal kemudian dibuat tabel sebagai berikut:

***Tabel 4. 7 Kepuasan Konsumen MTs N 1Kendal***

No	Interval	Kategori
1	93 ke atas	Sangat Baik
2	83 – 92	Baik
3	73 – 82	Cukup
4	63 – 72	Buruk
5	62 ke bawah	Sangat Buruk

Dari hasil perhitungan data tersebut MTs Negeri 1 Kendal tergolong memiliki kepuasan konsumen yang cukup. Hal ini dapat diketahui dari nilai mean kepuasan konsumen di MTs Negeri 1 Kendal sebesar 78,876 yang berada pada interval 73 – 82.

## B. Pembahasan

### 1. Analisis Hipotesis

Untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara kualitas layanan jasa dengan kepuasan konsumen di MTs Negeri 1 Kendal menggunakan teknik analisis *product moment*. Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

***Tabel 4. 8 Pengaruh Kualitas Layanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen***

Res	X	Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	XY
1	57	74	3249	5476	4218
2	75	86	5625	7396	6450
3	71	74	5041	5476	5254
4	59	46	3481	2116	2714
5	77	81	5929	6561	6237
6	72	73	5184	5329	5256
7	79	84	6241	7056	6636
8	68	75	4624	5625	5100
9	75	87	5625	7569	6525

10	68	68	4624	4624	4624
11	73	83	5329	6889	6059
12	75	83	5625	6889	6225
13	78	84	6084	7056	6552
14	68	70	4624	4900	4760
15	72	80	5184	6400	5760
16	68	67	4624	4489	4556
17	69	64	4761	4096	4416
18	69	80	4761	6400	5520
19	66	81	4356	6561	5346
20	72	76	5184	5776	5472
21	75	91	5625	8281	6825
22	76	73	5776	5329	5548
23	73	75	5329	5625	5475
24	79	83	6241	6889	6557
25	73	83	5329	6889	6059
26	85	89	7225	7921	7565
27	80	82	6400	6724	6560

28	81	74	6561	5476	5994
29	65	72	4225	5184	4680
30	79	90	6241	8100	7110
31	75	88	5625	7744	6600
32	76	90	5776	8100	6840
33	58	70	3364	4900	4060
34	73	86	5329	7396	6278
35	71	76	5041	5776	5396
36	71	93	5041	8649	6603
37	79	89	6241	7921	7031
38	80	91	6400	8281	7280
39	80	94	6400	8836	7520
40	64	69	4096	4761	4416
41	83	82	6889	6724	6806
42	80	93	6400	8649	7440
43	73	67	5329	4489	4891
44	82	81	6724	6561	6642
45	74	78	5476	6084	5772

46	79	82	6241	6724	6478
47	63	69	3969	4761	4347
48	74	92	5476	8464	6808
49	71	68	5041	4624	4828
50	63	73	3969	5329	4599
51	70	77	4900	5929	5390
52	86	83	7396	6889	7138
53	79	80	6241	6400	6320
54	80	81	6400	6561	6480
55	79	87	6241	7569	6873
56	54	63	2916	3969	3402
57	70	83	4900	6889	5810
58	69	68	4761	4624	4692
59	76	68	5776	4624	5168
60	65	64	4225	4096	4160
61	53	56	2809	3136	2968
62	70	70	4900	4900	4900
63	60	70	3600	4900	4200

64	86	82	7396	6724	7052
65	79	77	6241	5929	6083
66	77	90	5929	8100	6930
67	77	85	5929	7225	6545
68	77	87	5929	7569	6699
69	79	86	6241	7396	6794
70	77	87	5929	7569	6699
71	74	92	5476	8464	6808
72	69	85	4761	7225	5865
73	77	86	5929	7396	6622
74	72	81	5184	6561	5832
75	60	73	3600	5329	4380
76	62	70	3844	4900	4340
77	74	71	5476	5041	5254
78	81	81	6561	6561	6561
79	77	86	5929	7396	6622
80	76	73	5776	5329	5548
81	82	81	6724	6561	6642

82	82	90	6724	8100	7380
83	83	88	6889	7744	7304
84	71	90	5041	8100	6390
85	71	94	5041	8836	6674
86	63	89	3969	7921	5607
87	69	72	4761	5184	4968
88	63	89	3969	7921	5607
89	82	87	6724	7569	7134
90	66	71	4356	5041	4686
91	76	77	5776	5929	5852
92	64	90	4096	8100	5760
93	64	89	4096	7921	5696
94	66	70	4356	4900	4620
95	78	84	6084	7056	6552
96	85	87	7225	7569	7395
97	70	90	4900	8100	6300
98	81	84	6561	7056	6804
99	66	65	4356	4225	4290

100	67	70	4489	4900	4690
101	86	90	7396	8100	7740
102	69	72	4761	5184	4968
103	69	70	4761	4900	4830
104	77	85	5929	7225	6545
105	69	78	4761	6084	5382
106	76	81	5776	6561	6156
107	74	87	5476	7569	6438
108	73	83	5329	6889	6059
109	63	90	3969	8100	5670
110	78	88	6084	7744	6864
111	70	81	4900	6561	5670
112	61	82	3721	6724	5002
113	62	85	3844	7225	5270
114	65	64	4225	4096	4160
115	68	89	4624	7921	6052
116	62	89	3844	7921	5518
117	64	91	4096	8281	5824

118	75	78	5625	6084	5850
119	76	88	5776	7744	6688
120	61	74	3721	5476	4514
121	73	80	5329	6400	5840
122	70	79	4900	6241	5530
123	71	76	5041	5776	5396
124	67	76	4489	5776	5092
125	56	79	3136	6241	4424
126	74	82	5476	6724	6068
127	69	63	4761	3969	4347
128	67	69	4489	4761	4623
129	58	66	3364	4356	3828
130	55	58	3025	3364	3190
131	48	61	2304	3721	2928
132	71	73	5041	5329	5183
133	64	73	4096	5329	4672
134	76	73	5776	5329	5548
135	64	66	4096	4356	4224

136	69	74	4761	5476	5106
137	56	64	3136	4096	3584
138	57	60	3249	3600	3420
139	80	69	6400	4761	5520
140	67	75	4489	5625	5025
141	85	93	7225	8649	7905
142	56	65	3136	4225	3640
143	71	81	5041	6561	5751
144	75	72	5625	5184	5400
145	69	67	4761	4489	4623
146	74	72	5476	5184	5328
147	88	89	7744	7921	7832
148	52	63	2704	3969	3276
149	69	77	4761	5929	5313
150	69	79	4761	6241	5451
151	72	81	5184	6561	5832
152	64	71	4096	5041	4544
153	50	46	2500	2116	2300

154	59	94	3481	8836	5546
155	54	70	2916	4900	3780
156	74	67	5476	4489	4958
157	61	87	3721	7569	5307
158	70	69	4900	4761	4830
159	71	70	5041	4900	4970
160	68	71	4624	5041	4828
161	76	84	5776	7056	6384
162	78	81	6084	6561	6318
163	61	85	3721	7225	5185
164	54	80	2916	6400	4320
165	78	89	6084	7921	6942
166	73	77	5329	5929	5621
167	67	76	4489	5776	5092
168	77	83	5929	6889	6391
169	54	66	2916	4356	3564
170	67	63	4489	3969	4221
171	68	67	4624	4489	4556

172	61	68	3721	4624	4148
173	70	78	4900	6084	5460
174	84	88	7056	7744	7392
175	69	76	4761	5776	5244
176	75	81	5625	6561	6075
177	76	84	5776	7056	6384
178	74	85	5476	7225	6290
179	82	82	6724	6724	6724
180	77	74	5929	5476	5698
181	68	70	4624	4900	4760
182	71	82	5041	6724	5822
183	67	82	4489	6724	5494
184	61	65	3721	4225	3965
185	87	97	7569	9409	8439
186	81	82	6561	6724	6642
187	89	91	7921	8281	8099
188	61	73	3721	5329	4453
189	73	77	5329	5929	5621

190	62	85	3844	7225	5270
191	61	68	3721	4624	4148
192	91	87	8281	7569	7917
193	90	96	8100	9216	8640
194	61	74	3721	5476	4514
195	66	80	4356	6400	5280
196	78	72	6084	5184	5616
197	65	83	4225	6889	5395
198	75	82	5625	6724	6150
199	88	81	7744	6561	7128
200	57	82	3249	6724	4674
201	67	78	4489	6084	5226
202	67	71	4489	5041	4757
203	82	93	6724	8649	7626
204	68	81	4624	6561	5508
205	94	96	8836	9216	9024
206	75	88	5625	7744	6600
207	92	98	8464	9604	9016

208	63	69	3969	4761	4347
209	73	84	5329	7056	6132
210	78	71	6084	5041	5538
211	68	65	4624	4225	4420
212	73	68	5329	4624	4964
213	86	96	7396	9216	8256
214	85	92	7225	8464	7820
215	83	93	6889	8649	7719
216	74	78	5476	6084	5772
217	63	64	3969	4096	4032
218	83	91	6889	8281	7553
219	62	77	3844	5929	4774
220	67	66	4489	4356	4422
221	63	73	3969	5329	4599
222	66	70	4356	4900	4620
223	86	96	7396	9216	8256
224	93	95	8649	9025	8835
225	91	97	8281	9409	8827

226	92	97	8464	9409	8924
227	88	95	7744	9025	8360
228	83	89	6889	7921	7387
229	66	78	4356	6084	5148
230	68	75	4624	5625	5100
231	72	74	5184	5476	5328
232	66	73	4356	5329	4818
233	75	72	5625	5184	5400
234	84	90	7056	8100	7560
235	75	100	5625	10000	7500
236	77	80	5929	6400	6160
237	85	84	7225	7056	7140
238	70	75	4900	5625	5250
239	67	73	4489	5329	4891
240	68	71	4624	5041	4828
241	66	69	4356	4761	4554
	17318	19024	1263526	1524596	1380363

Keterangan:

$$\sum X = 17318$$

$$\sum Y = 19024$$

$$\sum X^2 = 1263526$$

$$\sum Y^2 = 1524596$$

$$\sum XY = 1380363$$

Untuk membuktikan hipotesis tersebut digunakan rumus regresi satu prediktor dengan skor deviasi yang diperoleh dari data. Adapun langkah – langkahnya sebagai berikut:

- a. Mencari korelasi antara prediktor (X) dengan kriterium (Y)

Korelasi antara variabel X dengan variabel Y dapat dicari menggunakan korelasi *product moment pearson* dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Untuk menyelesaikan dengan perhitungan dengan rumus tersebut maka diperlukan langkah-langkah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} 1) \sum xy &= \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{N} \\ \sum xy &= 1380363 - \frac{(17318)(19024)}{241} \end{aligned}$$

$$\sum xy = 1380363 - \frac{329457632}{241}$$

$$\sum xy = 1380363 - 1367044,116$$

$$\sum xy = 13318,884$$

$$2) \sum x^2 = \sum X^2 - \frac{(X)^2}{N}$$

$$\sum x^2 = 1263526 - \frac{(17318)^2}{241}$$

$$\sum x^2 = 1263526 - \frac{299913124}{241}$$

$$\sum x^2 = 1263526 - 1244452,797$$

$$\sum x^2 = 19073,203$$

$$3) \sum y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}$$

$$\sum y^2 = 1524596 - \frac{(19024)^2}{241}$$

$$\sum y^2 = 1524596 - \frac{361912576}{241}$$

$$\sum y^2 = 1524596 - 1501711,934$$

$$\sum y^2 = 22884,066$$

Kemudia dimasukkan kedalam rumus korelasi product moment pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{13318,884}{\sqrt{(19073,203)(22884,066)}}$$

$$r_{xy} = \frac{13318,884}{\sqrt{436472436,3}}$$

$$r_{xy} = \frac{13318,884}{20891,92275}$$

$r_{xy} = 0,637513557$  dibulatkan menjadi 0,638

Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa terdapat hubungan positif sebesar 0,638 antara kualitas layanan jasa dengan kepuasan konsumen. Untuk memberikan penafsiran terhadap kuatnya hubungan, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel 4.9 sebagai berikut: <sup>117</sup>

**Tabel 4. 9 Pedoman Interpretasi Sederhana terhadap Indeks Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Berdasarkan tabel 4.9 maka koefisien yang ditemukan sebesar 0,638 termasuk pada kategori “kuat” karena berada di rentang 0,60 – 0,799.

b. Menguji hubungan signifikan

---

<sup>117</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 231

Setelah diadakan uji korelasi product moment, maka hasil yang diperoleh dikonsultasikan dengan  $r_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5% dan 1%, dengan asumsi sebagai berikut:

- 1) Jika  $r_{xy} > r_{tabel}$  ( 5% dan 1%) berarti signifikan artinya hipotesis diterima
- 2) Jika  $r_{xy} < r_{tabel}$  ( 5% dan 1%) berarti tidak signifikan artinya hipotesis ditolak

Dari hasil uji korelasi *product moment pearson* diketahui bahwa  $r_{xy} = 0,638 > r_{tabel}$  (0,138) pada taraf signifikansi 5% dan  $r_{tabel}$  (0,181) pada taraf signifikansi 1%, sehingga signifikan artinya hipotesis diterima.

c. Kontribusi antara variabel X dan variabel Y (R square)

$$\begin{aligned}
 R \text{ square} &= (r)^2 \times 100\% \\
 &= (0,638)^2 \times 100\% \\
 &= 0,407 \times 100\% \\
 &= 40,7 \%
 \end{aligned}$$

Jika perhitungan dibuktikan dengan program **SPSS** versi 16.0 hasilnya seperti dibawah ini:

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	.638 <sup>a</sup>	.406	.404	7.53887
---	-------------------	------	------	---------

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan Jasa

Pada tabel model summary,  $R = 0,638$ , ini menunjukkan nilai koefisien antara kualitas layanan jasa (X) dengan kepuasan konsumen (Y). Kemudian nilai R square =  $R^2 = 0,407$ . Jika diubah dalam bentuk persen menjadi 40,7%. Sehingga kontribusi antara kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen sebesar 40,6% dan sisanya 59,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

d. Mencari persamaan regresi

Untuk mencari persamaan regresi dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Mencari persamaan regresi dengan rumus:

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

Untuk mengetahui  $\hat{Y}$  terlebih dahulu mencari nilai b dan a dengan rumus sebagai berikut:

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{241(1380363) - (17318)(19024)}{241(1263526) - (17318)^2} \\
&= \frac{332667483 - 329457632}{304509766 - 299913124} \\
&= \frac{3209851}{4596642} \\
&= 0,698 \\
a &= \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n} \\
&= \frac{19024 - 0,698(17318)}{241} \\
&= \frac{19024 - 12087,964}{241} \\
&= \frac{6936,036}{241} \\
&= 28,780
\end{aligned}$$

Setelah diketahui nilai b dan a, maka persamaan regresi dapat disusun. Persamaan regresi pengaruh kualitas layanan jasa (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebagai berikut:  $\hat{Y} = 28,780 + 0,698X$ .

Dapat diprediksi (ramalan) jika  $x = 0$  maka di peroleh nilai kepuasan konsumen sebesar 28,780. Berarti apabila sekolah tidak memiliki nilai kualitas layanan jasa atau 0, diprediksi tingkat kepuasan kosumen mendapat nilai 28,780. Namun jika kualitas layanan jasa = 5 maka nilai rata-rata kepuasan konsumen

$$\begin{aligned}
\hat{Y} &= 28,780 + 0,698(5) \\
&= 28,780 + 3,49 \\
&= 32,27
\end{aligned}$$

Dari persamaan regresi di atas dapat diprediksi bahwa, bila nilai kualitas layanan jasa bertambah 1, maka nilai rata-rata kepuasan konsumen bertambah 0,698. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi atau semakin baik kualitas layanan jasa maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.

e. Uji F atau uji simultan

1) Mencari Jumlah Kuadrat Regresi ( $JK_{Reg [a]}$ )

$$\begin{aligned} JK_{Reg [a]} &= \frac{(\sum Y)^2}{n} \\ &= \frac{(19024)^2}{241} \\ &= \frac{361912576}{241} \\ &= 1501711,934 \end{aligned}$$

2) Mencari Jumlah Kuadrat Regresi ( $JK_{Reg [b|a]}$ )

$$\begin{aligned} JK_{Reg [b|a]} &= b \left\{ \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n} \right\} \\ &= 0,698 \left\{ 1380363 - \frac{(17318)(19024)}{241} \right\} \\ &= 0,698 \left\{ 1380363 - \frac{329457632}{241} \right\} \\ &= 0,698 \{ 1380363 - 1367044,116 \} \\ &= 0,698 \{ 13318,884 \} \end{aligned}$$

$$= 9296,581$$

- 3) Mencari Jumlah Kuadrat Residu ( $JK_{Res}$ ) dengan rumus:

$$\begin{aligned} JK_{Res} &= \sum Y^2 - JK_{Reg [b|a]} - JK_{Reg [a]} \\ &= 1524596 - 9296,581 - 1501711,934 \\ &= 13587,485 \end{aligned}$$

- 4) Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat Regresi ( $RJK_{Reg [a]}$ ) dengan rumus:

$$\begin{aligned} RJK_{Reg [a]} &= JK_{Reg [a]} \\ &= 1501711,934 \end{aligned}$$

- 5) Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat Regresi ( $RJK_{Reg [b|a]}$ ) dengan rumus:

$$\begin{aligned} RJK_{Reg [b|a]} &= JK_{Reg [b|a]} \\ &= 9296,581 \end{aligned}$$

- 6) Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat Residu ( $RJK_{Res}$ ) dengan rumus:

$$\begin{aligned} RJK_{Res} &= \frac{JK_{Res}}{n-2} \\ &= \frac{13587,485}{241-2} \\ &= 56,851 \end{aligned}$$

7) Menguji signifikansi dengan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{Reg [bla]}}{RJK_{Res}}$$

$$= \frac{9296,581}{56,851}$$

$$= 163,525$$

Jika perhitungan dibuktikan dengan program **SPSS** versi 16.0 hasilnya seperti di bawah ini:

### ANOVA

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9300.623	1	9300.623	163.644	.000 <sup>a</sup>
	Residual	13583.444	239	56.834		
	Total	22884.066	240			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan Jasa

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan 5% dan 1% dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan penyebut 241 (dari  $N-2 = 241 - 2 = 239$ ), maka diperoleh  $F_{tabel} 5\% = 3,89$  dan  $1\% = 6,76$ . Kemudian dimasukkan kedalam kaidah pengujian signifikansi, yaitu  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka artinya signifikan.

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa  $F_{hitung} = 163,525 > F_{tabel} (3,89)$  pada taraf signifikansi 5% dan  $F_{tabel} (6,76)$  pada taraf signifikansi 1%, berarti signifikan artinya hipotesis diterima.

Sedangkan berdasarkan nilai signifikansi, karena  $Sign. = 0,000$  dan tingkat kepercayaan 95%, hal ini berarti  $sig. < 0,05$ , sehingga hipotesis diterima.

f. Uji t (parsial)

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 &= \frac{0,638\sqrt{241-2}}{\sqrt{1-0,407}} \\
 &= \frac{0,6378(15,459)}{\sqrt{0,593}} \\
 &= \frac{9,863}{0,770} \\
 &= 12,809
 \end{aligned}$$

Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan 5% dan 1% dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan penyebut 241 (dari  $N-2=241-2=239$ ), maka diperoleh  $t_{tabel}$  5% = 1,960 dan 1% = 2,576.

Dari hasil perhitungan diketahui  $t_{hitung} = 12,809 > t_{tabel}$  (1,960) pada taraf signifikan 5% dan  $t_{tabel}$  (2,576) pada taraf signifikan 1%, berarti signifikan artinya hipotesis diterima.

### **C Pembahasan Hasil Penelitian**

Hasil pengujian yang telah ditunjukkan dalam tabel 4.4 menunjukkan MTs Negeri 1 Kendal tergolong memiliki kualitas layanan jasa yang cukup. *Quality in education can be said to be determended by the extent to which students' needs and expectations can be satisfied.*<sup>118</sup> Kualitas dalam pendidikan bisa dikatakan ditentukan oleh sejauh mana kebutuhan dan harapan siswa dapat dipenuhi. Dalam hal ini MTs Negeri 1 Kendal dapat menjalankan fungsinya dengan cukup baik, seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik yang diberikan madrasah cukup dalam memberikan pelayanan kepada siswa.

---

<sup>118</sup> Kay C. Tan and Sei W. Kek, "Service Quality in Higher Education Using an Enhanced SERVQUAL Approach", *Journal* (Vol. 10, No. 1, tahun 2004), hlm. 1.

Hasil pengujian yang telah ditunjukkan dalam tabel 4.7 disebutkan bahwa MTs Negeri 1 Kendal tergolong memiliki kepuasan konsumen yang cukup. *Satisfaction is the consumer's assessment of a product or service in terms of the extent to which that product or service has met his/her needs or expectations.*<sup>119</sup> Kepuasan konsumen adalah penilaian produk atau layanan yang telah memenuhi kebutuhan atau harapan pelanggan. Dengan kualitas produk, kualitas pelayanan emosional, harga dan biaya yang cukup baik diberikan oleh MTs Negeri 1 Kendal kepada siswa.

Dalam analisis korelasi *product moment pearson* menghasilkan bahwa  $r_{xy} > r_{tabel}$ , sehingga signifikan artinya hipotesis diterima. Berdasarkan interpretasi, terdapat hubungan yang kuat antara kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan arah hubungan adalah positif karena nilai  $r$  positif, jadi semakin baik atau semakin tinggi kualitas layanan jasa maka semakin baik atau semakin tinggi juga kepuasan konsumen. Kontribusi kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen di MTs Negeri 1 Kendal sebesar 40,7 % dan sisanya 59,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang bukan menjadi fokus pembahasan dalam penelitian ini.

---

<sup>119</sup> John Mutua, et.al., *Consumers Satisfaction in the Energy Sector in Kenya, Journal* (Kenya: Kenya Institute for Public Policy Research and Analysis, 2012), hlm. 703.

Pada analisis regresi sederhana didapat persamaan regresi sederhana  $\hat{Y} = 28,780 + 0,698X$ , menunjukkan bahwa jika  $x = 0$  maka di peroleh nilai kepuasan konsumen sebesar 28,780. Berarti apabila sekolah tidak memiliki nilai kualitas layanan jasa atau 0, diprediksi tingkat kepuasan kosumen mendapat nilai 28,780. Disimpulkan bahwa semakin baik atau semakin tinggi kualitas layanan jasa maka semakin baik dan semakin tinggi juga kepuasan konsumen.

Pada perhitungan secara keseluruhan (simultan) kualitas layanan jasa mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$ .

Berdasarkan hasil temuan ini, sesuai dengan teori yang menyebutkan bahwa Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen. Sebaliknya kualitas pelayanan yang buruk akan menurunkan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen<sup>120</sup>

Data diatas menunjukkan kontribusi kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen sebesar 40,7 %. Jadi, semakin meningkat kualitas layanan jasa yang diberikan maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen.

---

<sup>120</sup> Rendy Gulla, et.al, “*Analysis of Price, Promotion, and Service Quality to Consumer Satisfaction on Manado Grace In Hotel*”, *Jurnal EMBA*, (Vol. 3 No. 1, tahun 2015), hlm. 1321

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian yang peneliti lakukan mempunyai beberapa keterbatasan, sehingga penelitian ini dapat dikatakan jauh dari sempurna. Keterbatasan itu antara lain:

1. Keterbatasan waktu. Selama melakukan penelitian bertepatan dengan pelaksanaan pondok Romadhon di madrasah, serta kelas sembilan sudah tidak sekolah karena sudah selesai melaksanakan ujian berbasis komputer atau ujian kelulusan. Sehingga hanya mengguakan kelas tujuh dan delapan.
2. Keterbatasan dalam objek penelitian. Dalam penelitian ini peneliti hanya meneliti tentang pengaruh kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen.

Dari berbagai keterbatasan yang peneliti paparkan dapat dikatakan bahwa inilah kekurangan dari penelitian ini. Meskipun banyak keterbatasan dalam melakukan penelitian ini, peneliti bersyukur bahwa penelitian dapat terselesaikan dengan lancar.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa MTs Negeri1 Kendal memiliki kualitas layanan jasa dan kepuasan konsumen yang cukup. Terdapat hubungan yang kuat antara kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan arah hubungan adalah positif, semakin baik atau semakin tinggi kualitas layanan jasa maka semakin baik atau semakin tinggi juga kepuasan konsumen. secara keseluruhan (simultan) kualitas layanan jasa mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$ .

#### **B. Saran**

1. Kualitas layanan jasa di MTs Negeri 1 Kendal cukup baik, alangkah lebih baik lagi jika pihak madrasah yang terlibat dalam meningkatkan kualitas layanan jasa mampu meningkatkannya menjadi lebih baik lagi. Bukan hanya kepala sekolah saja, tetapi semua warga sekolah yaitu guru, karyawan dan yang lain. Seperti memberikan pelayanan sesuai janji menjadikan siswa meningkatkan prestasi akademik maupun non akademik, sehingga madrasah dapat meyakinkan kepada siswa bahwa mereka berada di madrasah yang tepat dan memenuhi kebutuhan mereka.

2. Kepuasan konsumen di MTs Negeri 1 Kendal cukup baik, alangkah lebih baik lagi jika pihak madrasah mengevaluasi bagian yang membuat siswa puas, seperti orang lain ikut kagum dengan seseorang bersekolah di MTs Negeri 1 Kendal dengan prestasi dan akhlak yang dapat diraihnya, sehingga siswa dengan bangga dapat merekomendasikan madrasah kepada orang lain.
3. Pihak sekolah dapat meningkatkan kualitas layanan jasa dengan menciptakan kerja yang profesional, optimal, serta meningkatkan kompetensi yang ada untuk memberikan kepuasan. sehingga dapat menarik calon siswa untuk bersekolah di MTs Negeri 1 Kendal.

### **C. Kata Penutup**

Puji Syukur Alhamdulillahirobbil‘alamin dengan pertolongan dari Allah SWT, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari dalam segi bahasa, penulisan, penyajian, sistematika maupun analisis masih banyak kekurangan, untuk itu saran dan kritik dari pembaca sangat penulis harapkan. Akhirnya dengan mengharap ridho Allah semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis serta pembaca.

## Kepustakaan

- Arikunto, Suharsimi, *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan Edisi Revisi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- \_\_\_\_\_, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Buttle, Francis, *SERVQUAL: Review, Critique, Research Agenda*, *European Journal of Marketing* 30,1 Vol. 30 No.1, 1996.
- Crosby, Philip B, *Quality Without Tears*, Singapore: McGraw Hill, 1986.
- Danjuma, Ibrahim and Amran Rasli, “*Imperatives of Service Innovation and Service Quality for Customer Satisfaction: Perpective on higher education*”, *Journal Social and Behavioral Sciences*, Skudai: University Technology Malaysia, 2012.
- Dennis C. Ahrholdt, et.al., “*Enhancing Loyalty: When Improving Consumer Satisfaction and Delight Matters*”, *Journal*, Hamburg: Hamburg University of Technology, 2018.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*, Jakarta: Lentera Abadi, 2010.
- Dharma, Nyoman Oka, dkk., “*Hubungan Antara Kualitas Layanan Perpustakaan Udhiksa dan Kepuasan Penggunaanya*”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, Vol.2 No.2, 2013.

- Dirgantari, Puspo Dewi, “*Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa serta Dampaknya Terhadap Upaya Peningkatan Citra Perguruan Tinggi Negeri Menuju World Class University*”, Bandung: ITB,UNPAD, dan UPI, 2011.
- Echdar, Saban, *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Panduan Komprehensif Langkah Demi Langkah Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi* , Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.
- Egan, Sir John, *Lessons Learned Straight Talk From The World’s Top Business Leaders Making Customers Matter: Satisfying Customers*, Harvard Way, Bostom, America: Fifty Lessons Limited, 2010.
- Giese, Joan L. and Joseph A. Cote, ” *Defining Consumer Satisfaction*”, *Journal*, Washington: Washington State University, 2000.
- Gulla, Rend, et.al., “*Analysis of Price, Promotion, and Service Quality to Consumer Satisfaction on Manado Grace In Hotel*”, *Jurnal EMBA*, Vol. 3 No. 1, 2015.
- Halim, Abdul Rahman, Aktualisasi Implementasi Kebijakan Pendidikan pada Madrasah Swasta di Sulawesi Selatan, *Jurnal*, Vol. 11, 2008.
- Indrawati, Aniek, “*Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan terhadap Kepuasan Konsumen*”, *Jurnal*, Malang: Universitas Negeri Malang, 2011.

- Ishak, Asmai, “Pentingnya Kepuasan Konsumen dan Implementasi Strategi Pemasarannya”, *Jurnal Siasat Bisnis*, Ed Th. 1 Vol. 3, 2005.
- Jager, Johan de and Gbolahan Gbadamosi, “*Predicting Students’ Satisfaction Through Service Quality in Higher Education*”, *journal*, Bournemouth: Bournemouth University, 2013.
- Jasfar, Farida, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- Juhana, Dudung dan Ali Mulyawan, “*Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Mahasiswa di STMIK Mardira Indonesia Bandung*”, *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, Bandung: STIE Pasundan Bandung, 2015.
- Kartajaya, Hermawan, *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran Hermawan Kartajaya*, Surabaya: Erlangga, 2010.
- Kavaliauskiene, Ieva Meidute-, et.al., “*Consumer Satisfaction with the Quality of Logistics Services*”, *Journal* Vilnius: Vilnius Gediminas Technical University, 2014.
- Khasanah, Imroatul dan Octarina Dina Pertiwi, “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen RS St. Elisabeth Semarang*”, *Jurnal*, Vol. 12 No. 2, 2010.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 2*, New Jersey: Macana Jaya Cemerlang, 2007.

- \_\_\_\_\_, *Marketing Management: Analysis, Planning Implementation and Control*, New Jersey: Prentice-Hall Inc, 1997.
- \_\_\_\_\_, *Manajemen Pemasara: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Erlangga, 2001.
- Lovelock, Christopher , dkk., *Pemasaran Jasa-Perspektif Indonesia Jilid 2*, Jakarta: Erlangga, 2010.
- Lupioadi, Rambat, *Dinamika Bisnis Jasa dan Pentingnya Pemasaran Jasa*, Modul 1, 2013.
- \_\_\_\_\_, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*, Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Lupioadi, Rambut dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Silsilah Hadist Dha'if dan Maudhu'*, Jakarta: Gema Isani Press, 1997.
- Mursid, M., *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- Mustaqim, Sekolah/Madrasah Berkualitas dan Berkarakter, *Jurnal Nadwa*, Vol. 6 No. 1, 2012.
- \_\_\_\_\_, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Semarang : Rasail Media Group, 2013.

- Mutua, John, et.al., *Consumers Satisfaction in the Energy Sector in Kenya, Journal*, Kenya: Kenya Institute for Public Policy Research and Analysis, 2012.
- Nawawi, Imam, *Syarah Arba'in Nawawiyah: Petunjuk Rasulullah saw dalam mengarungi kehidupan*, Jakarta: Akbar Media Eka Sarana, 2012.
- Nur Uhbiyati, *Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan Islam*, Semarang: Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang, 2002.
- Oteng Sutisno, *Administrasi Pendidikan Dasar Teoritis untuk Praktek Profesional*, Bandung: Angkas, 1986.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran: Cnsumer Behavior & Marketing Strategy*, Jakarta: Salemba Empat, 2016.
- Rahmayanti, Nina, *Manajemen Pelayanan Prima: Mencegah Pembelotan dan Membangun Costumer Loyalty*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti, *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2016.
- Rinala, Nyoman, dkk., “Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa pada Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali”, *Jurnal*, Vol. 4.
- Ruhika, Anggia, “Kualitas Pelayanan Pendidikan dan Dampaknya terhadap Nilai serta Kepuasan Siswa di SMA Al Ma'soem

- Jatinangor Sumedang”, *Skripsi*, Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2012.
- Sallis, Edward, *Total Quality Management in Education, Manajemen Mutu Terpadu Pendidikan*, Yogyakarta: IRCiSoD, 2012.
- Sari, Purnama dan Bahrum Jamil, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Perpustakaan Kota Medan”, *Jurnal Administrasi Publik*, 4 (1) , 2016.
- Sholikhah, “Pengaruh Persepsi Siswa Tentang Kualitas Layanan Sekolah terhadap Kepuasan Siswa”, *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol. 5 No. 2, 2009.
- Silaen, Sofar dan Widiono, *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, Jakarta: in media, 2013.
- Sinambela, L.P, *Reformasi Pelayanan Publik: Teori, Kebijakan dan Implementasi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Sopiah, Etta Mamang Sangadjidan, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, Yogyakarta: Andi Ofset, 2010.
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- \_\_\_\_\_, *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis dan Disertasi*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- \_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.

- \_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Syukur, Fatah, *Manajemen Madrasah Berbasis Pesantren (Study di Madrasah Raudlatul Ulum Guyangan Pati)*, Semarang: IAIN Walisongo Semarang, 2008.
- Tan, Kay C. and Sei W. Kek, “*Service Quality in Higher Education Using an Enhanced SERVQUAL Approach*”, *Journal*, Vol. 10, No. 1, 2004.
- Tjiptono, Fandy, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana, *Pemasaran Eaensi dan Aplikasi*, Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- Umar, Husain, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003.
- Walker, Denis, *Mendahulukan Pelanggan*, Jakarta: Binarupa Aksara, 1997.
- Wibowo, A. J. Ibnu, “Pengaruh Kualitas Layanan, Reputasi, dan Nilai Layanan Perguruan Tinggi Terhadap Kepuasan Mahasiswa”, *Jurnal*, Vol. 13 No. , 2009
- Wiyono, Azis Slamet, “Studi Tentang Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen di Rumah Sakit Islam Manisrenggo Klaten”, *Tesis*, Surakarta: Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2006.

Wood, Ivonne, *Layanan Pelanggan: Cara Praktis, Murah, dan Inspiratif Memuaskan Pelayanan Anda*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.

Zulkarnain, *Ilmu Menjual: Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.

## LAMPIRAN

### Daftar Uji Coba Angket

Uji Coba Angket	Nama
UC-1	Adib
UC-2	Zaki
UC-3	Ana
UC-4	Anggita
UC-5	Andika
UC-6	Diva
UC-7	Edvan
UC-8	Rizqi
UC-9	Heni
UC-10	Inas
UC-11	Lutfia
UC-12	Diah
UC-13	Iqbal
UC-14	Yusuf
UC-15	Zidan

UC-16	Bakti
UC-17	Wahyu
UC-18	Afina
UC-19	Naili
UC-20	Ainur
UC-21	Aisyah
UC-22	Syahril
UC-23	Zulia
UC-24	Anwar
UC-25	Azra
UC-26	Wahyu
UC-27	Dzuka
UC-28	Miftakh
UC-29	Akmal
UC-30	Dziya'

## Uji coba instrumen

### ANGKET PENELITIAN

#### A. Identitas Responden

Nama : *Pahmania Diah Arunita*

Kelas : *IX B*

#### B. Petunjuk

1. Isilah identitas pada kolom yang tersedia!
2. Berilah tanda (√) pada salah satu jawaban yang dianggap sesuai dengan keadaan yang sebenarnya!
3. Tujuan angket ini untuk mengetahui kualitas layanan jasa pendidikan terhadap kepuasan siswa/siswi di MTs Negeri 01 Kendal.
4. kejujuran sangat membantu dalam penelitian ini. Atas kesediaannya diucapkan terimakasih.

#### C. Alternatif Jawaban

SP : Sangat Puas <sup>5</sup>

P : Puas <sup>4</sup>

CP : Cukup Puas <sup>3</sup>

KP : Kurang Puas <sup>2</sup>

TP : Tidak Puas <sup>1</sup>

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		SP	P	CP	KP	TP
<b>Kualitas Layanan Karyawan dan Guru</b>						
1	Kesiapan guru dalam menyiapkan perlengkapan mengajar			✓		
2	Kejelasan guru dalam mengajar dapat dimengerti oleh siswa		✓			
3	Madrasah memiliki citra yang positif dimata masyarakat	✓				
4	Karyawan dan Guru dapat mengenali setiap siswa			✓		
5	Kondisi lingkungan Madrasah yang bersih				✓	
6	Metode pembelajaran dan materi yang tepat			✓		
7	Kecekatan karyawan dan guru dalam menanggapi keluhan dari siswa		✓			

8	Lingkungan Madrasah yang aman		✓			
9	Komunikasi yang baik antara karyawan dan guru dengan siswa		✓			
10	Kondisi lingkungan Madrasah yang nyaman			✓		
11	Memberikan pelayanan sesuai janji			✓		
12	Ketersediaan karyawan dan guru untuk memperbaiki keluhan siswa		✓			
13	Terjalannya sopan santun di lingkungan Madrasah			✓		
14	Karyawan dan Guru memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial			✓		
15	Kelengkapan fasilitas Madrasah				✓	
16	Pelayanan atau pendaftaran tidak berbelit-belit		✓			
17	Kesabaran guru dan karyawan dalam menghadapi siswa			✓		
18	Kemampuan karyawan dan guru dalam menjawab pertanyaan dari siswa			✓		
19	Karyawan dan Guru dapat memahami kebutuhan spesifik siswa		✓			
20	Lokasi Madrasah yang strategis		✓			
21	Materi yang tepat		✓			
22	Informasi yang diberikan guru dan karyawan jelas			✓		
23	Guru dan karyawan ramah terhadap siswa				✓	
24	Guru dan karyawan perhatian terhadap siswa			✓		
25	Penataan ruang belajar/ Perpustakaan yang kreatif			✓		

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		SP	P	CP	KP	TP
	<b>Kepuasan Konsumen/Siswa</b>					
1	Nyaman saat disekolah			✓		
2	Yakin bersekolah di MTs N 01 Kendal	✓				
3	Bersemangat dalam belajar/berangkat sekolah		✓			
4	Puas bersekolah di MTs N 01 Kendal	✓				
5	Merekomendasikan MTs N 01 Kendal ke tetangga/saudara	✓				
6	Kesesuaian sekolah dengan kebutuhan siswa		✓			
7	Terjaminnya keamanan di lingkungan sekolah		✓			
8	Penyaluran bakat dan minat sesuai kemampuan siswa		✓			
9	Lingkungan sekolah tenang			✓		
10	Kurikulum yang sesuai			✓		
11	Guru dan karyawan yang berkompeten		✓			
12	Perubahan siswa setelah mendapatkan pelajaran di sekolah				✓	
13	Siswa mampu beradaptasi dengan lingkungan			✓		
14	Siswa merasa bangga sekolah di MTs N 01 Kendal.		✓			
15	Orang lain ikut kagum dengan bersekolah di MTs N 01 Kendal.		✓			
16	Kesesuaian biaya dengan fasilitas		✓			
17	Biaya lebih murah dibanding sekolah lain			✓		
18	Biaya yang dikeluarkan tidak memberatkan orang tua siswa			✓		
19	Pembinaan kreatifitas dan disiplin pada siswa			✓		
20	Adanya layanan kesehatan sekolah			✓		
21	Adanya layanan keamanan sekolah		✓			
22	Adanya layanan perpustakaan sekolah		✓			
23	Kelengkapan alat belajar			✓		
24	Keterjangkauan biaya pendidikan		✓			
25	Penyeleksian siswa baru			✓		

## Daftar Responden

Resp	Nama responden	Kelas
R-1	Dinda Nofita Eliyana	7A
R-2	Adilna Muhammad Fadhlullaah	7A
R-3	Amanda Sri Damayanti	7A
R-4	Arya Rangga Sandika	7A
R-5	Aulia Azahra	7A
R-6	Dita Yuliana Mayangsari	7A
R-7	Erlangga Bagus Permana	7A
R-8	Fajar Nur Rizki	7A
R-9	Farida Nur Widad	7A
R-10	Ikhsan Sempana Putra	7A
R-11	Ilham Gymnastiar Raditia	7A
R-12	Laelatul Nikmah	7A
R-13	Aditya Bayu Wicaksono	7B
R-14	Muhammad Lujaini	7B

R-15	Kayla Chichi Wijayanti	7B
R-16	Fanny Fadhilah	7B
R-17	Irfan Sadewa	7B
R-18	Anggun Lailatunnisa Fitriani	7B
R-19	Aulia Wildan Nur	7B
R-20	Ferdian Hananto	7B
R-21	Danur Islami Pasha	7B
R-22	Khairul Dunya Saiwarohman	7B
R-23	Erwin Ermajid	7B
R-24	Dian Sheila Saharani	7B
R-25	Muhammad Fahmi Nurul Adha	7C
R-26	Mela Dian Nur	7C
R-27	Marsella Tasibatul Khusaini	7C
R-28	M. Arja Habibi	7C
R-29	Ahmad Aziz	7C

R-30	Dika Saputra	7C
R-31	Erlangga Pratama Ramadhani	7C
R-32	Anggieta Salma Ayu Hartanti	7C
R-33	Alfito Maulana Abdillah	7C
R-34	Faghri Muhammad Rizki	7C
R-35	Heny Nur Ikamah	7C
R-36	Muhammad Rois	7D
R-37	Adi Muhammad Solekhan	7D
R-38	Muhamad Farel Kurniawan	7D
R-39	Muhammad Eka Saputra	7D
R-40	Ahmad Jamaludin	7D
R-41	Ayu Wulandari	7D
R-42	Desiana Indri Rahmawati	7D
R-43	Lanang Febriano Priyadi	7D
R-44	Muhammad David Ardiansyah	7D

R-45	Danu Agastya Surya Pratama	7D
R-46	Devi Laela Ramadhani	7D
R-47	Bayu Agung Adi Nugroho	7D
R-48	Nur Khoirun Nisa	7E
R-49	Nazril Fadlun Niam	7E
R-50	Eni Arianna	7E
R-51	Fika Miskatul Khilmi	7E
R-52	Muhammad Hibatul Haqqi	7E
R-53	Faridatun Nasekhah	7E
R-54	Luluk Widiya Ningrum	7E
R-55	M. Rafi Ardianto	7E
R-56	Burhana	7E
R-57	Arya Afrizal Rinata	7E
R-58	Adya Zahwa Fadhila	7E
R-59	Deswita Elsyera	7E

R-60	Muhammad Fajar Ridho Hafidz	7F
R-61	Ahmad Fawa'id Najmussobah	7F
R-62	Nur Faizin	7F
R-63	Muhammad Faiqul Ilmi	7F
R-64	Allisa Amalia Latifa	7F
R-65	Jihan Nayla Rahmatul 'Izza	7F
R-66	Gadis Tarania Rahma	7F
R-67	Dwi Pebri Setiani	7F
R-68	Bayu Kurniawan	7F
R-69	Kholidin	7F
R-70	Laila Alfai Sitta	7F
R-71	M. Ferdian Hisyam Azzufar	7F
R-72	Nessa Ulfatul Rohmah	7G
R-73	Tegar Agus Setiawan	7G
R-74	Zacky Nur Hakim	7G

R-75	Zulian Kusuma	7G
R-76	Haidar Haqqin Nazili	7G
R-77	Agung Andrianto	7G
R-78	Alia Dwi Zalqa Nafisa	7G
R-79	Aulia Maulidah	7G
R-80	Aura Mahdafiqhia	7G
R-81	Dimas Aditia De Rosal	7G
R-82	Dito Aksa Maulana	7G
R-83	Fikal Zegar	7G
R-84	Fikri Irwansyah	7H
R-85	Muhammad Dicky Irawan	7H
R-86	Harits Nur Syafruddin	7H
R-87	M. Asep Nurul Fahmi	7H
R-88	Achmad Solafudin	7H
R-89	Asmarani	7H

R-90	Muhammad Rafi Agustiyani	7H
R-91	Erna Fitasari	7H
R-92	Bagus Susanto	7H
R-93	Dressa Anggreni	7H
R-94	Devita Rahmawati	7H
R-95	Santy Setyowati	7H
R-96	Henni Ayu Astuti	7I
R-97	Ibrahim Akbar Ardiansyah	7I
R-98	Jordan Viki Fathecah	7I
R-99	Julia Fatimah	7I
R-100	Hasan Putra Wicaksono	7I
R-101	Haikal Iqbal Jamal	7I
R-102	Fauzan	7I
R-103	Farida Ariani	7I
R-104	Adilla Yanfa	7I

R-105	Bagus Rizky Ramadhani	7I
R-106	Dina Apriliani	7I
R-107	Ady Pranandya	7I
R-108	Dimas Andika De Rosal	7J
R-109	Dimas Kurniawan	7J
R-110	Dina Ameylia Rahmayanti	7J
R-111	Intan Aulia Rahman	7J
R-112	Intan Putri Adindasari	7J
R-113	M. Estu Ardiansyah	7J
R-114	Maulidatul Ulyana	7J
R-115	Mohammad Wahyudi	7J
R-116	Muhammad Allif Fahrudin	7J
R-117	Muhammad Khairul Anam	7J
R-118	Muhammad Muslikun	7J
R-119	Fani Az-Zahra Putri	8A

R-120	Azril Awwalin	8A
R-121	Dani Zainul Latif	8A
R-122	Desti Handayani	8A
R-123	Eni Fajriana	8A
R-124	Erika Damayanti	8A
R-125	Arsy Dwina Novianti	8A
R-126	Hary Ari Andrianto	8A
R-127	Wahyu Ariq Gunawan	8A
R-128	Muhammad Indra Yunada	8A
R-129	Maulidatul Magfiroh	8A
R-130	Nabila Norma Nafisa	8A
R-131	Afifah Septiana	8B
R-132	Ahmad Murtadho	8B
R-133	Ahmad Dawam Nusuki	8B
R-134	Amallia Eka Febiola	8B

R-135	At'har Ramadhani	8B
R-136	Diah Ayu Lestari	8B
R-137	Dimas Farul Fahrezy	8B
R-138	Fanny Hayunisa	8B
R-139	Faradilla Sahilla Balqis	8B
R-140	Justian Kurnia Illahi	8B
R-141	Lutfiana Safitri	8B
R-142	M. Andi Oktavian Syah	8B
R-143	M. Nur Zaenudin	8B
R-144	Adek Putri Najwa Anggraeni Priyanto	8C
R-145	Muhammad Arsyah Danil Khaq	8C
R-146	Muhamad Nur Izzuddin	8C
R-147	Maya Nur Ananda Sari	8C
R-148	Maulana Taufiq Afif	8C
R-149	Marsya Rosiawati Dwi Anggraini	8C

R-150	Ahmad Nur Fajrul Falah	8C
R-151	Indri Yuliani	8C
R-152	Indah Wahyu Utami	8C
R-153	Amila Rehmayanti	8C
R-154	Hendri Kurniawan	8C
R-155	Ika Sabhrina	8C
R-156	Iramaya Safitri	8D
R-157	Leily Sulistyowati	8D
R-158	M. Miftah Risqiyanto	8D
R-159	Mualipah	8D
R-160	Muhamad Mashabib	8D
R-161	Muhamad Richo Burhanudin	8D
R-162	Muhammad Azamul Wafa	8D
R-163	Muhammad Ilham Munazzal Sani	8D
R-164	Mukhamad Shelly Andrianto	8D

R-165	Neli Nailul Barokah	8D
R-166	Achmad Dhani Ariawan	8D
R-167	Agus Fikri Kurniawan	8D
R-168	Angga Adi Setyawan	8E
R-169	Artika Zahra Sefani	8E
R-170	Bela Rivalina	8E
R-171	Dian Hari Anggoro	8E
R-172	Fahrizal Setiawan	8E
R-173	Irgi Ahmad Fahrozi	8E
R-174	Kurnia Risqi Azzahra	8E
R-175	M. Fadholi	8E
R-176	M. Ridwan	8E
R-177	Marica Amilia Salsa	8E
R-178	Mellia Hegiana Wati	8E
R-179	Miftah Salsa Desi Deria	8E

R-180	Milkhatun Nasikhah	8E
R-181	Muhamad Valentino Firdaus	8F
R-182	M. Bagas Maulana Yusuf	8F
R-183	Fikri Fahrureza	8F
R-184	Maulana Prananda Alviandi	8F
R-185	Khairani Amalia Syafitri	8F
R-186	Ahmad Eka Satya Wijaya	8F
R-187	Aisyah Kamalia Damaihati	8F
R-188	Andi Fahrudin Efendi	8F
R-189	Anggun Cahya Putri	8F
R-190	Arfiana Yuniarta	8F
R-191	Deni Setiawan	8F
R-192	Dewi Nily Agustin	8F
R-193	Dewi Wulansari	8F
R-194	Ahmad Mudhofar	8G

R-195	Anang Hidayat	8G
R-196	Aprilia Lailatul Afiah	8G
R-197	Ariel Maulana	8G
R-198	Bagas Syawalludin	8G
R-199	Bagus Panuntun	8G
R-200	Devina Eka Mardiana	8G
R-201	Dicky Praditya Putra Pamungkas	8G
R-202	Eko Prasetyo	8G
R-203	Tarista Isna Dewi Anjani	8G
R-204	Nazilla Fibriana Adi Saputri	8G
R-205	Mariani	8G
R-206	Dailatul Futuh	8H
R-207	Dexica Priastuti	8H
R-208	Fadika Nor Meylinda	8H
R-209	Khaludi Ikmal Sulton	8H

R-210	Faizuna Azizur Rohman	8H
R-211	Faisal Fahri Pangestu	8H
R-212	Citra Fatkhiyatur Rizqina	8H
R-213	Chairul Lutfi	8H
R-214	Ayu Fadhilah	8H
R-215	Annisa Azzalia Yunida	8H
R-216	Adiansyah Latif Pratama	8H
R-217	Anisa Evina Apriliani	8H
R-218	Ad`hanis Salsabila Dina	8I
R-219	Aditya April Saputro	8I
R-220	Ahmad Asep Ferdianto	8I
R-221	Ahmad Nur Khoirul Muiz	8I
R-222	Ahmad Tajudin Rohmatulloh	8I
R-223	Dwi Novita Anggraini	8I
R-224	Farrel Efrinsya Himawan	8I

R-225	Fitri Ratna Sari	8I
R-226	Ivana Laily Saputri	8I
R-227	Khoirul Amri	8I
R-228	Lilik Puji Hastuti	8I
R-229	Lutfia Hidasari	8I
R-230	Alam Pangestu	8J
R-231	Angga Setiawan	8J
R-232	Anggun Aurelia Syamsiyah	8J
R-233	Anita Febriyanti	8J
R-234	Ardana Candi Prakasa	8J
R-235	Arifah Septiani	8J
R-236	Chabibullah Marzuqi	8J
R-237	Daffa Fauzul Muna	8J
R-238	Defid Sulistyono	8J
R-239	Erlina Eka Octaviana	8J

R-240	Erna Febi Anita	8J
R-241	Friska Nadiya Ayuningtiyas	8J

### ANGKET PENELITIAN

A. Identitas Responden

Nama : Fani Az. Zahra P.

Kelas : 8A

B. Petunjuk

1. Isilah identitas pada kolom yang tersedia!
2. Berilah tanda (√) pada salah satu jawaban yang dianggap sesuai dengan keadaan yang sebenarnya!
3. Tujuan angket ini untuk mengetahui kualitas layanan jasa pendidikan terhadap kepuasan siswa/siswi di MTs Negeri 01 Kendal.
4. Kejujuran sangat membantu dalam penelitian ini. Atas kesediaannya diucapkan terimakasih.

C. Alternatif Jawaban

SP : Sangat Puas

P : Puas

CP : Cukup Puas

KP : Kurang Puas

TP : Tidak Puas

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		SP	P	CP	KP	TP
Kualitas Layanan Karyawan dan Guru						
1	Kesiapan guru dalam menyiapkan perlengkapan mengajar	✓				
2	Kejelasan guru dalam mengajar dapat dimengerti oleh siswa		✓			
3	Karyawan dan Guru dapat mengenali setiap siswa			✓		
4	Kondisi lingkungan Madrasah yang bersih	✓				
5	Metode pembelajaran yang tepat		✓			
6	Kecekatan guru dan karyawan dalam menanggapi keluhan dari siswa			✓		
7	Lingkungan Madrasah yang aman	✓				
8	Komunikasi yang baik antara guru dan		✓			

	karyawan dengan siswa					
9	Kondisi lingkungan Madrasah yang nyaman	✓				
10	Memberikan pelayanan sesuai janji				✓	
11	Ketersediaan guru dan karyawan untuk memperbaiki keluhan siswa			✓		
12	Terjalannya sopan santun di lingkungan Madrasah		✓			
13	Kesabaran guru dan karyawan dalam menghadapi siswa			✓		
14	Guru dan karyawan dapat memahami kebutuhan spesifik siswa			✓		
15	Materi yang tepat		✓			
16	Informasi yang diberikan guru dan karyawan jelas		✓			
17	Guru dan karyawan ramah terhadap siswa	✓				
18	Guru dan karyawan perhatian terhadap siswa	✓				
19	Penataan ruang belajar/ Perpustakaan yang kreatif	✓				

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		SP	P	CP	KP	TP
	Kepuasan Konsumen/Siswa					
1	Nyaman saat disekolah	✓				
2	Yakin bersekolah di MTs N 01 Kendal	✓				
3	Bersemangat dalam belajar/berangkat sekolah	✓				
4	Puas bersekolah di MTs N 01 Kendal		✓			
5	Merekomendasikan MTs N 01 Kendal ke tetangga/saudara		✓			
6	Kesesuaian sekolah dengan kebutuhan siswa	✓				
7	Terjaminnya keamanan di lingkungan sekolah	✓				
8	Penyaluran bakat dan minat sesuai kemampuan siswa			✓		
9	Lingkungan sekolah tenang	✓				
10	Kurikulum yang sesuai		✓			
11	Guru dan karyawan yang berkompeten			✓		
12	Perubahan siswa setelah mendapatkan pelajaran di sekolah	✓				
13	Siswa merasa bangga sekolah di MTs N 01 Kendal.	✓				
14	Orang lain ikut kagum dengan bersekolah di MTs N 01 Kendal.		✓			
15	Kesesuaian biaya dengan fasilitas		✓			
16	Biaya lebih murah dibanding sekolah lain			✓		
17	Biaya yang dikeluarkan tidak memberatkan orang tua siswa	✓				
18	Kelengkapan alat belajar	✓				
19	Keterjangkauan biaya pendidikan		✓			
20	Penyeleksian siswa baru	✓				

Tabel t

## D. Tabel Nilai-nilai t

d.b.	Taraf Signifikansi	
	1%	5%
1	63,657	12,706
2	9,925	4,303
3	5,841	3,182
4	4,604	2,776
5	4,032	2,571
6	3,707	2,447
7	3,499	2,365
8	3,355	2,306
9	3,250	2,262
10	3,169	2,228
11	3,106	2,201
12	3,055	2,179
13	3,012	2,160
14	2,977	2,145
15	2,947	2,131
16	2,921	2,120
17	2,898	2,110

d.b.	Taraf Signifikansi	
	1%	5%
18	2,878	2,101
19	2,861	2,093
20	2,845	2,086
21	2,831	2,080
22	2,819	2,074
23	2,807	2,069
24	2,797	2,064
25	2,787	2,060
26	2,779	2,056
27	2,771	2,052
28	2,763	2,048
29	2,756	2,045
30	2,750	2,042
40	2,704	2,021
60	2,660	2,000
120	2,617	1,980
∞	2,576	1,960

Tabel r

3. Tabel Nilai-Nilai r Product Moment

N	Taraf signifikan		N	Taraf signifikan		N	Taraf signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
			26	0,388	0,496	55	0,266	0,345
			27	0,381	0,487	60	0,254	0,330
3	0,997	0,999	28	0,374	0,478	65	0,244	0,317
4	0,950	0,990	29	0,367	0,470	70	0,235	0,306
5	0,878	0,959	30	0,361	0,463	75	0,227	0,296
6	0,811	0,917	31	0,355	0,456	80	0,220	0,286
7	0,754	0,874	32	0,349	0,449	85	0,213	0,278
8	0,707	0,834	33	0,344	0,442	90	0,207	0,270
9	0,666	0,798	34	0,339	0,436	95	0,202	0,263
10	0,632	0,765	35	0,334	0,430	100	0,195	0,256
11	0,602	0,735	36	0,329	0,424	125	0,176	0,230

12	0,576	0,708	37	0,325	0,418	150	0,159	0,210
13	0,553	0,764	38	0,320	0,413	175	0,148	0,194
14	0,532	0,661	39	0,316	0,408	200	0,138	0,181
15	0,514	0,641	40	0,312	0,403	300	0,113	0,148
16	0,497	0,623	41	0,308	0,398	400	0,098	0,128
17	0,482	0,606	42	0,304	0,393	500	0,088	0,115
18	0,468	0,590	43	0,301	0,389			
19	0,456	0,575	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
20	0,444	0,561	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
21	0,433	0,549	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
22	0,423	0,537	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
23	0,413	0,526	48	0,284	0,268			
24	0,404	0,515	49	0,281	0,264	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	50	0,279	0,261			



Tabel distribusi F

v <sub>1</sub> =d	P <sub>nyala</sub>	v <sub>2</sub> = derajat bebas																							
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	30	40	50	75	100	200	500	∞	
1	0.8	2.0	2.15	2.25	2.30	2.33	2.37	2.39	2.41	2.42	2.43	2.44	2.45	2.46	2.47	2.48	2.49	2.50	2.51	2.52	2.53	2.54	2.54	2.54	2.54
2	1.65	1.99	2.08	2.15	2.20	2.23	2.26	2.28	2.30	2.31	2.32	2.33	2.34	2.35	2.36	2.37	2.38	2.39	2.40	2.41	2.42	2.43	2.44	2.44	2.44
3	2.16	2.51	2.60	2.67	2.72	2.75	2.78	2.80	2.82	2.83	2.84	2.85	2.86	2.87	2.88	2.89	2.90	2.91	2.92	2.93	2.94	2.95	2.96	2.96	2.96
4	2.58	2.94	3.03	3.10	3.15	3.18	3.21	3.23	3.25	3.26	3.27	3.28	3.29	3.30	3.31	3.32	3.33	3.34	3.35	3.36	3.37	3.38	3.39	3.39	3.39
5	2.90	3.27	3.36	3.43	3.48	3.51	3.53	3.55	3.57	3.58	3.59	3.60	3.61	3.62	3.63	3.64	3.65	3.66	3.67	3.68	3.69	3.70	3.71	3.71	3.71
6	3.14	3.52	3.61	3.68	3.73	3.76	3.78	3.80	3.82	3.83	3.84	3.85	3.86	3.87	3.88	3.89	3.90	3.91	3.92	3.93	3.94	3.95	3.96	3.96	3.96
7	3.30	3.69	3.78	3.85	3.90	3.93	3.95	3.97	3.99	4.00	4.01	4.02	4.03	4.04	4.05	4.06	4.07	4.08	4.09	4.10	4.11	4.12	4.13	4.13	4.13
8	3.40	3.80	3.89	3.96	4.01	4.04	4.06	4.08	4.10	4.11	4.12	4.13	4.14	4.15	4.16	4.17	4.18	4.19	4.20	4.21	4.22	4.23	4.24	4.24	4.24
9	3.47	3.88	3.97	4.04	4.09	4.12	4.14	4.16	4.18	4.19	4.20	4.21	4.22	4.23	4.24	4.25	4.26	4.27	4.28	4.29	4.30	4.31	4.32	4.32	4.32
10	3.52	3.94	4.03	4.10	4.15	4.18	4.20	4.22	4.24	4.25	4.26	4.27	4.28	4.29	4.30	4.31	4.32	4.33	4.34	4.35	4.36	4.37	4.38	4.38	4.38
11	3.56	3.98	4.07	4.14	4.19	4.22	4.24	4.26	4.28	4.29	4.30	4.31	4.32	4.33	4.34	4.35	4.36	4.37	4.38	4.39	4.40	4.41	4.42	4.42	4.42

V <sub>i</sub> = d <sub>k</sub> Pembayutan	V <sub>i</sub> = d <sub>k</sub> pembayutan																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	0
12	4,75	3,88	3,49	3,26	3,11	3,00	2,92	2,85	2,80	2,76	2,72	2,69	2,64	2,60	2,54	2,50	2,46	2,42	2,40	2,36	2,35	2,32	2,31	2,30
	9,33	6,93	5,95	5,41	5,06	4,82	4,65	4,50	4,39	4,30	4,22	4,16	4,05	3,98	3,86	3,78	3,70	3,61	3,56	3,49	3,46	3,41	3,38	3,36
13	4,67	3,80	3,41	3,18	3,02	2,92	2,84	2,77	2,72	2,67	2,63	2,60	2,55	2,51	2,46	2,42	2,38	2,34	2,32	2,28	2,26	2,24	2,22	2,21
	9,07	6,71	5,74	5,20	4,86	4,62	4,44	4,30	4,19	4,10	4,02	3,96	3,85	3,78	3,67	3,59	3,51	3,42	3,37	3,30	3,27	3,21	3,18	3,16
14	4,60	3,74	3,34	3,11	2,96	2,85	2,77	2,70	2,65	2,60	2,56	2,53	2,48	2,44	2,39	2,35	2,31	2,27	2,24	2,21	2,19	2,16	2,14	2,13
	8,86	6,51	5,56	5,03	4,69	4,46	4,28	4,14	4,03	3,94	3,86	3,80	3,70	3,62	3,51	3,43	3,34	3,26	3,21	3,14	3,11	3,06	3,02	3,00
15	4,54	3,68	3,29	3,06	2,90	2,79	2,70	2,64	2,59	2,55	2,51	2,48	2,43	2,39	2,33	2,29	2,25	2,21	2,18	2,15	2,12	2,10	2,08	2,07
	8,68	6,36	5,42	4,89	4,56	4,32	4,14	4,00	3,89	3,80	3,73	3,67	3,56	3,48	3,36	3,29	3,20	3,12	3,07	3,00	2,97	2,92	2,89	2,87
16	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85	2,74	2,66	2,59	2,54	2,49	2,45	2,42	2,37	2,33	2,28	2,24	2,20	2,16	2,13	2,09	2,07	2,04	2,02	2,01
	8,53	6,23	5,29	4,77	4,44	4,20	4,03	3,89	3,78	3,69	3,61	3,55	3,45	3,37	3,25	3,18	3,10	3,01	2,98	2,89	2,86	2,80	2,77	2,75
17	4,45	3,59	3,20	2,96	2,81	2,70	2,62	2,55	2,50	2,45	2,41	2,38	2,33	2,29	2,23	2,18	2,15	2,11	2,08	2,04	2,02	1,99	1,97	1,96
	8,40	6,11	5,18	4,67	4,34	4,10	3,93	3,79	3,68	3,59	3,52	3,45	3,35	3,27	3,16	3,08	3,00	2,92	2,86	2,79	2,76	2,70	2,67	2,65
18	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77	2,66	2,58	2,51	2,46	2,41	2,37	2,34	2,29	2,25	2,19	2,15	2,11	2,07	2,04	2,00	1,98	1,95	1,93	1,92
	8,28	6,01	5,08	4,58	4,25	4,01	3,85	3,71	3,60	3,51	3,44	3,37	3,27	3,19	3,07	3,00	2,91	2,83	2,78	2,71	2,68	2,62	2,59	2,57
19	4,38	3,52	3,13	2,90	2,74	2,63	2,55	2,48	2,43	2,38	2,34	2,31	2,26	2,21	2,15	2,11	2,07	2,02	2,00	1,96	1,94	1,91	1,90	1,88
	8,18	5,93	5,01	4,50	4,17	3,94	3,77	3,63	3,52	3,43	3,36	3,30	3,19	3,12	3,00	2,92	2,84	2,76	2,70	2,63	2,60	2,54	2,51	2,49
20	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	2,60	2,52	2,45	2,40	2,35	2,31	2,28	2,23	2,18	2,12	2,08	2,04	1,99	1,96	1,92	1,90	1,87	1,85	1,84
	8,10	5,85	4,94	4,43	4,11	3,87	3,71	3,56	3,45	3,37	3,30	3,23	3,13	3,05	2,94	2,86	2,77	2,69	2,63	2,56	2,53	2,47	2,44	2,42
21	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68	2,57	2,49	2,42	2,37	2,32	2,28	2,25	2,20	2,15	2,09	2,05	2,00	1,96	1,93	1,89	1,87	1,84	1,82	1,81
	8,02	5,78	4,87	4,37	4,04	3,81	3,65	3,51	3,40	3,31	3,24	3,17	3,07	2,99	2,88	2,80	2,72	2,63	2,58	2,51	2,47	2,42	2,38	2,36
22	4,30	3,44	3,05	2,82	2,66	2,55	2,47	2,40	2,35	2,30	2,26	2,23	2,18	2,13	2,07	2,03	1,98	1,93	1,91	1,87	1,84	1,81	1,78	1,76
	7,94	5,72	4,82	4,31	3,99	3,76	3,59	3,45	3,35	3,26	3,18	3,12	3,02	2,94	2,83	2,75	2,67	2,58	2,53	2,46	2,42	2,37	2,33	2,31
23	4,28	3,42	3,03	2,80	2,64	2,53	2,45	2,38	2,32	2,28	2,24	2,20	2,14	2,10	2,04	2,00	1,96	1,91	1,88	1,84	1,82	1,79	1,77	1,75
	7,88	5,66	4,76	4,26	3,94	3,71	3,54	3,41	3,30	3,21	3,14	3,07	2,97	2,89	2,78	2,70	2,62	2,53	2,48	2,41	2,37	2,32	2,28	2,26
24	4,26	3,40	3,01	2,78	2,62	2,51	2,43	2,36	2,30	2,26	2,22	2,18	2,13	2,09	2,02	1,98	1,94	1,89	1,86	1,82	1,80	1,76	1,74	1,73
	7,82	5,61	4,72	4,22	3,90	3,67	3,50	3,36	3,25	3,17	3,09	3,03	2,93	2,85	2,74	2,66	2,58	2,49	2,44	2,36	2,33	2,27	2,23	2,21



Vf = dk Penyebut	Vi = dk pembilang																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	0
25	4,24	3,38	2,99	2,76	2,60	2,49	2,41	2,34	2,28	2,24	2,20	2,16	2,11	2,06	2,00	1,96	1,92	1,87	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72	1,71
	7,77	5,57	4,68	4,18	3,98	3,83	3,46	3,32	3,21	3,13	3,05	2,99	2,89	2,81	2,70	2,62	2,54	2,45	2,40	2,32	2,29	2,23	2,19	2,17
26	4,22	3,37	2,98	2,74	2,59	2,47	2,39	2,32	2,27	2,22	2,18	2,15	2,10	2,05	1,99	1,95	1,90	1,85	1,82	1,78	1,76	1,72	1,70	1,69
	7,72	5,53	4,64	4,14	3,82	3,59	3,42	3,29	3,17	3,09	3,02	2,96	2,86	2,77	2,66	2,58	2,50	2,41	2,36	2,28	2,25	2,19	2,15	2,13
27	4,21	3,35	2,96	2,73	2,57	2,46	2,37	2,30	2,25	2,20	2,16	2,13	2,08	2,03	1,97	1,93	1,88	1,84	1,80	1,76	1,74	1,71	1,68	1,67
	7,68	5,49	4,60	4,11	3,79	3,56	3,39	3,26	3,14	3,06	2,98	2,93	2,83	2,74	2,63	2,55	2,47	2,38	2,33	2,25	2,21	2,16	2,12	2,10
28	4,20	3,34	2,95	2,71	2,56	2,44	2,36	2,29	2,24	2,19	2,15	2,12	2,08	2,02	1,96	1,91	1,87	1,81	1,78	1,75	1,72	1,69	1,67	1,66
	7,64	5,45	4,57	4,07	3,76	3,53	3,36	3,23	3,11	3,03	2,95	2,90	2,80	2,71	2,60	2,52	2,44	2,35	2,30	2,22	2,18	2,13	2,09	2,06
29	4,18	3,33	2,94	2,70	2,54	2,43	2,35	2,28	2,22	2,18	2,14	2,10	2,05	2,00	1,94	1,90	1,85	1,80	1,77	1,73	1,71	1,68	1,65	1,64
	7,60	5,42	4,54	4,04	3,73	3,50	3,33	3,20	3,08	3,00	2,92	2,87	2,77	2,68	2,57	2,49	2,41	2,32	2,27	2,19	2,15	2,10	2,06	2,03
30	4,17	3,32	2,92	2,69	2,53	2,42	2,34	2,27	2,21	2,16	2,12	2,09	2,04	1,99	1,93	1,89	1,84	1,79	1,76	1,72	1,69	1,66	1,64	1,62
	7,56	5,39	4,51	4,02	3,70	3,47	3,30	3,17	3,06	2,98	2,90	2,84	2,74	2,66	2,55	2,47	2,38	2,29	2,24	2,16	2,13	2,07	2,03	2,01
32	4,15	3,30	2,90	2,67	2,51	2,40	2,32	2,25	2,19	2,14	2,10	2,07	2,02	1,97	1,91	1,86	1,82	1,76	1,74	1,69	1,67	1,64	1,61	1,59
	7,50	5,34	4,46	3,97	3,66	3,42	3,25	3,12	3,01	2,94	2,86	2,80	2,70	2,62	2,51	2,42	2,34	2,25	2,20	2,12	2,08	2,02	1,98	1,96
34	4,13	3,28	2,88	2,65	2,49	2,38	2,30	2,23	2,17	2,12	2,08	2,05	2,00	1,95	1,89	1,84	1,80	1,74	1,71	1,67	1,64	1,61	1,59	1,57
	7,44	5,29	4,42	3,93	3,61	3,38	3,21	3,08	2,97	2,89	2,82	2,76	2,68	2,58	2,47	2,38	2,30	2,21	2,15	2,08	2,04	1,98	1,94	1,91
36	4,11	3,25	2,85	2,63	2,48	2,38	2,28	2,21	2,15	2,10	2,06	2,03	1,98	1,93	1,87	1,82	1,78	1,72	1,69	1,65	1,62	1,59	1,56	1,55
	7,39	5,25	4,38	3,89	3,58	3,35	3,18	3,04	2,94	2,86	2,78	2,72	2,62	2,54	2,43	2,35	2,26	2,17	2,12	2,04	2,00	1,94	1,9	1,87
38	4,10	3,25	2,85	2,62	2,46	2,35	2,26	2,19	2,14	2,09	2,05	2,02	1,98	1,92	1,85	1,80	1,76	1,71	1,67	1,63	1,6	1,57	1,54	1,53
	7,35	5,21	4,34	3,86	3,54	3,32	3,15	3,02	2,91	2,82	2,75	2,69	2,59	2,51	2,40	2,32	2,22	2,14	2,08	2,00	1,97	1,90	1,86	1,84
40	4,08	3,23	2,84	2,61	2,45	2,34	2,25	2,18	2,12	2,07	2,04	2,00	1,95	1,90	1,84	1,79	1,74	1,69	1,66	1,61	1,59	1,55	1,53	1,51
	7,31	5,18	4,31	3,83	3,51	3,29	3,12	2,99	2,88	2,80	2,73	2,66	2,56	2,49	2,39	2,29	2,20	2,11	2,05	1,97	1,94	1,88	1,84	1,81
42	4,07	3,22	2,83	2,59	2,44	2,32	2,24	2,17	2,11	2,06	2,02	1,99	1,94	1,89	1,82	1,78	1,73	1,68	1,64	1,6	1,57	1,54	1,51	1,49
	7,27	5,15	4,29	3,80	3,49	3,26	3,10	2,96	2,86	2,77	2,70	2,64	2,54	2,46	2,35	2,28	2,17	2,08	2,02	1,94	1,91	1,85	1,80	1,78
44	4,06	3,21	2,82	2,58	2,43	2,31	2,23	2,16	2,10	2,05	2,01	1,98	1,92	1,88	1,81	1,76	1,72	1,66	1,63	1,58	1,56	1,52	1,50	1,48
	7,24	5,12	4,26	3,78	3,46	3,24	3,07	2,94	2,84	2,75	2,68	2,62	2,52	2,44	2,32	2,24	2,15	2,06	2,00	1,92	1,88	1,82	1,78	1,75
45	4,05	3,20	2,81	2,57	2,42	2,30	2,22	2,14	2,09	2,04	2,00	1,97	1,91	1,87	1,80	1,75	1,71	1,65	1,62	1,57	1,54	1,51	1,48	1,46
	7,21	5,10	4,24	3,76	3,44	3,22	3,05	2,92	2,82	2,73	2,66	2,60	2,50	2,42	2,30	2,22	2,13	2,04	1,96	1,90	1,86	1,80	1,76	1,72



No. di Persepsi	Vi = ct perbiang																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	0
45	4.04	3.19	2.80	2.56	2.41	2.30	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.95	1.90	1.85	1.78	1.74	1.70	1.64	1.61	1.56	1.53	1.50	1.47	1.45
	7.19	5.08	4.22	3.74	3.42	3.20	3.04	2.90	2.80	2.71	2.64	2.58	2.48	2.40	2.28	2.20	2.11	2.02	1.96	1.88	1.84	1.78	1.73	1.70
50	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.90	1.85	1.78	1.74	1.69	1.63	1.60	1.55	1.52	1.48	1.46	1.44
	7.17	5.06	4.20	3.72	3.41	3.18	3.02	2.88	2.78	2.70	2.62	2.56	2.46	2.38	2.26	2.18	2.10	2.00	1.94	1.86	1.82	1.76	1.71	1.68
55	4.02	3.17	2.78	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.97	1.93	1.88	1.83	1.76	1.72	1.67	1.61	1.58	1.52	1.50	1.46	1.43	1.41
	7.12	5.01	4.16	3.68	3.37	3.15	2.99	2.85	2.75	2.66	2.59	2.53	2.43	2.35	2.23	2.15	2.06	1.96	1.90	1.82	1.78	1.71	1.66	1.64
60	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.86	1.81	1.75	1.70	1.65	1.59	1.56	1.50	1.48	1.44	1.41	1.39
	7.08	4.96	4.13	3.65	3.34	3.12	2.95	2.82	2.72	2.63	2.56	2.50	2.40	2.32	2.20	2.12	2.03	1.93	1.87	1.79	1.74	1.68	1.63	1.60
65	3.98	3.14	2.75	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.94	1.90	1.85	1.80	1.73	1.68	1.63	1.57	1.54	1.49	1.46	1.42	1.39	1.37
	7.04	4.95	4.10	3.62	3.31	3.09	2.93	2.79	2.70	2.61	2.54	2.47	2.37	2.30	2.18	2.09	2.00	1.90	1.84	1.76	1.71	1.64	1.60	1.56
70	3.96	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.84	1.79	1.72	1.67	1.62	1.56	1.53	1.47	1.45	1.40	1.37	1.35
	7.01	2.92	4.06	3.60	3.29	3.07	2.91	2.77	2.67	2.59	2.51	2.45	2.35	2.28	2.15	2.07	1.98	1.88	1.82	1.74	1.69	1.62	1.56	1.53
80	3.95	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.88	1.82	1.77	1.70	1.65	1.60	1.54	1.51	1.45	1.42	1.38	1.35	1.32
	6.96	4.88	4.04	3.56	3.25	3.04	2.87	2.74	2.64	2.55	2.48	2.41	2.32	2.24	2.11	2.03	1.94	1.84	1.78	1.70	1.65	1.57	1.52	1.49
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.79	1.75	1.68	1.63	1.57	1.51	1.48	1.42	1.39	1.34	1.30	1.28
	6.90	4.82	3.68	3.51	3.20	2.99	2.82	2.69	2.59	2.51	2.43	2.36	2.26	2.19	2.06	1.98	1.89	1.79	1.73	1.64	1.59	1.51	1.46	1.43
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.77	1.72	1.65	1.60	1.55	1.49	1.45	1.39	1.36	1.31	1.27	1.25
	6.84	4.78	3.94	3.47	3.17	2.95	2.79	2.65	2.56	2.47	2.40	2.33	2.23	2.15	2.03	1.94	1.85	1.75	1.68	1.59	1.54	1.46	1.40	1.37
150	3.91	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.76	1.71	1.64	1.59	1.54	1.47	1.44	1.37	1.34	1.29	1.25	1.22
	6.81	4.75	3.91	3.44	3.14	2.92	2.76	2.62	2.53	2.44	2.37	2.30	2.2	2.12	2.00	1.91	1.83	1.72	1.66	1.56	1.51	1.43	1.37	1.33
200	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.8	1.74	1.69	1.62	1.57	1.52	1.45	1.42	1.35	1.32	1.28	1.22	1.19
	6.76	4.71	3.88	3.41	3.11	2.9	2.73	2.60	2.50	2.41	2.34	2.28	2.17	2.09	1.97	1.88	1.79	1.69	1.62	1.53	1.48	1.39	1.33	1.28
400	3.86	3.02	2.62	2.38	2.23	2.12	2.03	1.96	1.90	1.85	1.81	1.78	1.72	1.67	1.60	1.54	1.49	1.42	1.38	1.32	1.28	1.22	1.16	1.13
	6.70	4.66	3.80	3.36	3.06	2.85	2.69	2.55	2.46	2.37	2.29	2.23	2.12	2.04	1.92	1.84	1.74	1.64	1.57	1.47	1.42	1.32	1.24	1.19
1000	3.85	3.00	2.61	2.38	2.22	2.10	2.02	1.95	1.89	1.84	1.80	1.76	1.70	1.65	1.58	1.53	1.47	1.41	1.36	1.30	1.26	1.19	1.13	1.08
	6.68	4.62	3.80	3.34	3.04	2.82	2.66	2.53	2.43	2.34	2.26	2.20	2.09	2.01	1.89	1.81	1.71	1.61	1.54	1.44	1.38	1.28	1.19	1.11
?	3.84	2.99	2.60	2.37	2.21	2.09	2.01	1.94	1.88	1.83	1.79	1.75	1.69	1.64	1.57	1.52	1.46	1.40	1.35	1.28	1.24	1.17	1.11	1.00
	6.64	4.60	3.78	3.32	3.02	2.80	2.64	2.51	2.41	2.32	2.24	2.18	2.07	1.99	1.87	1.79	1.69	1.59	1.52	1.41	1.36	1.25	1.15	1.00

Kegiatan pengisian angket





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**  
**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN**  
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus II) Ngaliyan, Telp/Fax (024) 7601295/7615387 Semarang 50185

Nomor : B-5051/Un.10.3/I3/PP.009/11/2018 Semarang, 5 November 2018  
Lampiran : -  
Hal : **Penunjukkan Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth.

1. **Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M. Ag.**
2. **Prof. Dr. Hj. Nur Uhbiyati, M. Pd.**

Di Semarang

*Assalamu'alaikum wb.wb.*

Berdasarkan hasil pembahasan usulan judul Penelitian di Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI), maka Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan menyetujui judul Skripsi Mahasiswa :

Nama : Umi Istianah  
NIM : 1503036018  
Judul : **Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen di MTs Nurussibyan Semarang**

Dan menunjuk :

1. Pembimbing I : **Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M. Ag.**
2. Pembimbing II : **Prof. Dr. Hj. Nur Uhbiyati, M. Pd.**

Demikian penunjukkan pembimbing Skripsi ini disampaikan, dan atas kerja samanya kami sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*



Dekan,  
Kec. Jurusan MPI

**Fahrurrozi, M. Ag**  
NIP: 19770816200501 1 003

Tembusan disampaikan kepada Yth :

1. **Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang**
2. **Mahasiswa yang bersangkutan**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Jalan Prof. Hamka Km 2 Semarang 50185  
Telepon 024-7601295, Faksimile 024-7615387  
www.walisongo.ac.id

Nomor: B -5364/Un.10.3/D.1/TL.00./PP.00904/2019 29 April 2019

Lamp : -

Hal : **Pengantar Pra Riset**

a.n. : Umi Istianah

NIM : 1503036018

Yth.

**Kepala MTs Negeri 01 Kendal**  
di tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.,

Diberitahukan dengan hormat dalam rangka penulisan skripsi, bersama ini kami hadapkan mahasiswa :

Nama : Umi Istianah

NIM : 1503036018

Alamat : Kedungtuban, Blora

Judul skripsi : **Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan  
Konsumen di MTs Nurussibyan Semarang**

Pembimbing :

**1. Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M. Ag.**

**2. Prof. Dr. Hj. Nur Uhbiyati, M. Pd.**

Mahasiswa tersebut membutuhkan data dengan tema/judul skripsi yang sedang disusun, oleh karena itu kami mohon Mahasiswa tersebut di ijinakan melaksanakan pra riset selama 4 hari, mulai tanggal 30 April 2019 sampai dengan tanggal 3 Mei 2019.

Demikian atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu/Sdr. disampaikan terimakasih Wassalamu'alikum Wr.Wb.



Bidang Akademik

**Fatah Syukur, M. Ag.**

NIP. 196812121994031003

Tembusan :

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang (sebagai laporan)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS ILMU TARBİYAH DAN KEGURUAN

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus II, Ngaliyan, Telp. 7601295 Fax. 7615387, Semarang 50185

Nomor: B- 3736 / Un.10.3/D.1/TL.00./05/2019

Semarang, 22 Mei 2019

Lamp : -

Hal : **Mohon Izin Riset**

A.n. : Umi Istianah

NIM : 1503036018

Kepada Yth.  
Kepala MTs Negeri 1 Kendal  
di Tempat

*Assalamu'alaikumWr. Wb.*

Diberitahukan dengan hormat dalam rangka penulisan skripsi, bersama ini kami hadapkan mahasiswa :

Nama : Umi Istianah  
NIM : 1503036018  
Alamat : Kedungtuban-Blora  
Judul Skripsi : **"Pengaruh Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen di MTs Negeri 1 Kendal"**  
Pembimbing : 1. Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M. Ag.  
2. Prof. Dr. Hj. Nur Uhbiyati, M. Pd.

Bahwa mahasiswa tersebut membutuhkan data-data dengan tema/judul skripsi yang sedang disusunnya, oleh karena itu kami mohon untuk diberi izin melaksanakan riset selama kurang lebih satu bulan, mulai tanggal 26 Mei 2019 sampai dengan 29 Juni 2019.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

A.n Dekan,

**Dekan I Bidang Kemahasiswaan**



**Dr. H. Fatah Syukur, M.Ag.**

NIP : 19681212 199403 1 003

**Tembusan :**

**Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN KENDAL**  
**MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI 1 KENDAL**  
Jalan Raya Soekarno Hatta Purwokerto Brangsong Kendal 51371  
Telepon (0294) 384931; Email: mtsnbrangsong@kemenag.go.id

**SURAT KETERANGAN**  
Nomor : 324/Mts.11.100/PP.00.5/05/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Drs. Sugiyanto,M.Pd.I  
NIP : 19611217 199803 1 001  
Pangkat / Golongan : Pembina (IV/a)  
Jabatan : Kepala MTsN 1 Kendal Kab. Kendal

Dengan ini menerangkan bahwa

Nama : Umi Istianah  
NIM : 1503036018  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Mahasiswa UIN Walisongo Semarang

Benar-benar telah melakukan Penelitian di MTs Negeri 1 Kendal Provinsi Jawa Tengah mulai tanggal 26 Mei 2019 s.d 29 Juni 2019 guna melaksanakan riset untuk membuat skripsi dengan judul “ **PENGARUH LAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MTs NEGERI 1 KENDAL** “

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sesungguhnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kendal, 28 Mei 2019

An. Kepala Madrasah,  
Kaur Tata Usaha

  
**Sofiono Dwiarto, SH**  
NIP. 19700513 199103 1 004





# AKADEMI STATISTIKA (AIS) MUHAMMADIYAH SEMARANG

STATUS : TERAKREDITASI

Keputusan BAN-PT Nomor : 3579/SK/BAN-PT/Akred/PT/X/2017

Jl. Prof DR Hamka (Ngalian km.1) Tambakaji Semarang - Jawa Tengah 50185

Telp. (024) 7608786 Fax (024) 7619177 - *website* : aismuh.ac.id

**PENELITI** : Umi Istianah  
**NIM** : 1503036018  
**JURUSAN** : MPI  
**JUDUL** : PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MTS NEGERI 1 KENDAL

## HIPOTESIS:

### a. Hipotesis Korelasi

H<sub>0</sub>: Tidak ada hubungan yang signifikan antara kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen

H<sub>1</sub>: Ada hubungan yang signifikan antara kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen

### Hipotesis Uji F

H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen

H<sub>1</sub>: ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen

### Hipotesis Uji t (Parsial)

H<sub>0</sub>: Koefisien regresi tidak signifikan

H<sub>1</sub>: koefisien regresi signifikan

## HASIL DAN ANALISIS DATA

		Kualitas Layanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	1	.638**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	241	241
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.638**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	241	241

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Keterangan:

Sig. = 0.000  $\leq$  0.05, maka H<sub>0</sub> ditolak artinya terdapat hubungan antara kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen. Nilai koefisien korelasi sebesar 0.590 artinya hubungan antara kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen **Kuat**.



## AKADEMI STATISTIKA (AIS) MUHAMMADIYAH SEMARANG

STATUS : TERAKREDITASI

Keputusan BAN-PT Nomor : 3579/SK/BAN-PT/Akred/PT/X/2017

Jl. Prof DR Hamka (Ngalian km.1) Tambakaji Semarang - Jawa Tengah 50185

Telp. (024) 7608786 Fax (024) 7619177 - *website* : aismuh.ac.id

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.638 <sup>a</sup>	.406	.404	7.539

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

### Keterangan:

Kontribusi kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 40.6% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9300.623	1	9300.623	163.644	.000 <sup>a</sup>
	Residual	13583.444	239	56.834		
	Total	22884.066	240			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

### Keterangan:

Sig. = 0.000 ≤ 0.05, maka H<sub>0</sub> ditolak artinya terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen.

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.758	3.953		7.276	.000
	Kualitas Layanan	.698	.055	.638	12.792	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

### Keterangan:

Persamaan regresi adalah  $Y = 28.758 + 0.698X$

Uji koefisien variabel kualitas layanan jasa (0.698): sig. = 0.000 maka H<sub>0</sub> ditolak artinya koefisien kualitas layanan jasa Signifikan dalam mempengaruhi variabel Y (kepuasan konsumen)

Semarang, 23 Juli 2019  
 Laboratorium  
  
 Dedel Estiawan, S.Si., M.Kom

## RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Umi Istianah
  2. Tempat dan Tgl. Lahir : Blora, 24 Maret 1997
  3. Alamat Rumah : Dukuh Bangsan, Desa Bajo  
Rt 02, Rw 04, Kecamatan  
Kedungtuban, Kabupaten  
Blora
- HP : 0895422648899  
E\_mail : [iisumi447@gmail.com](mailto:iisumi447@gmail.com)

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. SD Negeri 3 Bajo
  - b. MTs Negeri Bojonegoro 2 Padangan
  - c. MAN 1 Bojonegoro
2. Pendidikan Non Formal
  - a. Pondok Pesantren Al-Fattach Kuncen, Padangan, Bojonegoro.
  - b. Pondok Pesantren Ihya'ussunnah Pacul, Bojonegoro
  - c. Ma'had Al-Jami'ah UIN Walisongo Semarang

Semarang, 23 Juli 2019

Umi Istianah  
1503036018